



BACHELORARBEIT

Frau
Michelle Stöckl

**Die touristische Bedeutung
von Events in Deutschlands
Städten – am Beispiel des
„Afrika-Karibik-Festivals“ in
Aschaffenburg**

2015

BACHELORARBEIT

Thema der Bachelorarbeit

Autorin:
Michelle Stöckl

Studiengang:
Businessmanagement

Seminargruppe:
BM11wT1-B

Erstprüfer:
Prof. Dr. Herbert E. Grauss

Zweitprüfer:
Dr. Volker Hoppen

Einreichung:
Mittweida, 23.01.2015

Bibliografische Angaben

Michelle Stöckl

Die touristische Bedeutung von Events in Deutschlands Städten – am Beispiel des „Afrika-Karibik-Festivals“ in Aschaffenburg

44 Seiten, Hochschule Mittweida, University of Applied Sciences,

Fakultät Medien, Bachelorarbeit, 2015

Abstract

Kultur- und Städtetourismus tragen in der heutigen Zeit zunehmend, einen wichtigen Teil zum wirtschaftlichen Wachstum bei. Grund für diese Entwicklung ist die Veränderung der Reisetrends. Eventtourismus, Kurz- und Tagesreisen, sowie Shoppingtourismus, stehen heute häufig im Mittelpunkt vieler Reisender. So stellt sich die Frage wie sich das Afrika-Karibik-Festival auf die Stadt Aschaffenburg auswirkt. Weiterhin möchte der Autor aufzeigen, welche Möglichkeiten der Stadt Aschaffenburg durch den Event offen stehen.

Zusammenfassung

Die Bachelorarbeit hat den Titel, „Die touristische Bedeutung von Events in Deutschlands Städten – am Beispiel des Afrika-Karibik-Festivals in Aschaffenburg“. Dabei stellt sich erstens die Frage, inwieweit sich ein Event auf den Tourismus, einer Stadt, auswirkt. Weiterst, wann ein Event als touristischer Event zu verstehen ist. Außerdem ist zu klären, welche Auswirkungen ein touristischer Event auf die Destination hat. Die Fragestellung, ob das Festival positive, wirtschaftliche Entwicklungen mit sich bringt, steht im Fokus.

Ein Fünftel der Bundesbürger in Deutschland geben als Reisegrund den Besuch einer Veranstaltung an. Grund dafür ist der erlebnisorientierte Bürger von heute. Menschen ist es wichtiger geworden etwas Außergewöhnliches zu erleben, als etwas Außergewöhnliches zu besitzen. Konsumerlebnis statt Konsumgut ist die Devise.

Im Rahmen der vorliegenden Arbeit, soll geklärt werden, welchen Einfluss ein Event auf eine Stadt hat. Dazu erläutert die Autorin Begriffsdefinitionen und gibt einen Einblick, in die Geschichte und Entwicklung von Kulturtourismus, Städtetourismus und Eventtourismus. Genauer betrachtet werden in diesem Zusammenhang, die Merkmale und die Auswirkungen von Veranstaltungen. Um die theoretischen Darstellungen zu veranschaulichen, erarbeitet die Autorin die Auswirkungen auf eine Destination. anhand des Afrika-Karibik-Festivals. Weiterführend vergleicht sie die Ergebnisse mit einem ähnlichen Event. Dabei stellte sich heraus, dass es Gemeinsamkeiten und ausschlaggebende Unterschiede gab. Die Stadt Aschaffenburg als touristische Destination, zieht keinen direkten Nutzen aus dem Afrika-Karibik-Festival. Dennoch wurden positive Entwicklungen festgestellt. Grundlegend ist die Veranstaltung auf einem guten Weg, ihren Teil zum Tourismus beizutragen. Die Stadt Aschaffenburg, könnte durch die Unterstützung des Projektes und der Zusammenarbeit mit dem Veranstalter, profitieren.

Inhaltsverzeichnis

Zusammenfassung	I
Inhaltsverzeichnis	II
Abkürzungsverzeichnis	III
Abbildungsverzeichnis	IV
1 Einleitung	1
1.1 Problemstellung.....	1
1.2 Zielsetzung der Arbeit	1
1.3 Gliederung und Vorgehensweise	2
2. Der Städte- und Kulturtourismus	4
2.1 Der Städtetourismus.....	4
2.1.1 Definition	4
2.1.2 Entwicklung	5
2.1.3 Trends	6
2.2 Kulturtourismus	6
2.2.1 Definition	6
2.2.2 Entwicklung	7
2.2.3 Operative Bestimmungen	9
2.2.4 Sozial ökologische Problemfelder	10
3. Eventtourismus und Stadtmarketing	13
3.1 Eventtourismus.....	13
3.1.1 Definition	13
3.1.2 aktuelle Entwicklungen	14
3.1.3 Auswirkungen von Großveranstaltungen	15
3.1.4 touristische Auswirkungen.....	17
3.1.5 Methoden	19
3.2 Stadtmarketing	21
3.2.1 Definition	21
3.2.2 Ziele und Zielgruppen.....	
4. Musikfestivals	23
4.1. Arten von Musikfestivals.....	23

4.2	Unterscheidungsmerkmale.....	24
4.3	Open-Air-Musikfestival	25
4.3.1	Definition	25
4.3.2	Geschichte	25
4.4	Das Afrika-Karibik Festival in Aschaffenburg	27
4.4.1	Die Idee	27
4.4.2	Die Musik.....	28
4.4.3	Das Festivalgelände.....	28
4.4.4	Besucherzahlen.....	30
4.5	Das Africa Festival in Würzburg	31
4.4.1	Das Original.....	31
4.4.1	Auswirkungen	32
5.	Analyse.....	34
5.1	Auswirkungen des Festivals auf die Stadt Aschaffenburg.....	34
5.1.1	Ökonomische Wirkungen	34
5.1.2	Ökologische Wirkungen	38
5.1.3	Soziale Wirkungen	38
5.2	Vergleich	40
6.	Fazit und Ausblick.....	43
6.1	Fazit	43
6.2	Ausblick.....	44
	Literaturverzeichnis	V
	Anlagen	VI
	Eigenständigkeitserklärung	VII

Abkürzungsverzeichnis

AKF: Afrika-Karbik-Festival

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Touristische Effekte, auf Grundlage von Abschnitt 3.1.3	18
Abbildung 2: Ranking Open-Air-Festivals nach ausgewählten Veranstaltungen, 2013	27
Abbildung 3: Festivalgelände	29
Abbildung 4: Zeltplatz und Parkplatz	30
Abbildung 5: Umfrage zum Afrika-Karibik-Festival 2014	31
Abbildung 6: Gästeübernachtungen 2008 - 2013, Würzburg	33
Abbildung 7: Gästeübernachtungen in Aschaffenburg 2006	35
Abbildung 8: Gästeübernachtungen in Aschaffenburg 2014	35
Abbildung 9: Arbeitslosenquote in Aschaffenburg 2014.....	37
Abbildung 10: Einstufung touristische Auswirkungen des Afrika-Karibik-Festivals	39
Abbildung 11: Vergleich der Merkm.....	42

1 Einleitung

1.1 Problemstellung

Im Jahr 2013 verzeichnete Deutschland 410,8 Millionen Übernachtungen.¹

Deutschland ist unter den führenden europäischen Ländern, im Bereich der Eventkultur. Dies lässt sich einerseits auf die Entwicklung der Einstufung einer Destination nach Ereigniswert zurückführen. Andererseits wird der Eventtourismus als Wirtschaftsfaktor stetig wichtiger. Demnach liegen Event-Reisen heute voll im Trend. Events im Tourismus gewinnen also mehr an Bedeutung und sind eng mit dem Trend zu Kurz- und Städtereisen verknüpft.

Durch den aktuellen Trend sind Destinationen gezwungen einen „USP“² zu kreieren. Damit sich Destinationen im Wettbewerb gegen die Konkurrenz durchsetzen können, werden Events inszeniert oder natürliche Events für den Tourismus „aufbereitet“. Doch mit dem steigenden Konkurrenzkampf im Tourismus, gehen auch Nachteile einher.

In erster Linie zielen touristische Veranstaltungen darauf ab, die Stadt als Destination im Reiseverkehr, attraktiver zu gestalten. Dies verlangt eine ausführliche Planung, Durchführung, sowie Nachbereitung. Es stellt sich nun die Frage, welche Auswirkungen bestehende Events, auf den Tourismus der jeweiligen Destination haben und wie diese ermittelt werden können.

Trotz einiger Versuche einheitliche Theorien, Thesen und Untersuchungsmethoden aufzustellen, gibt es noch kein Ergebnis. Die Unterschiede der Städte und Veranstaltungsarten, lassen keine identische Analyse zu. Demnach müssen Lösungsansätze und nachvollziehbare Methoden entwickelt werden.

1.2 Zielsetzung der Arbeit

Diese Arbeit orientiert sich an den bisherigen Entwicklungen und Methoden im Eventtourismus.

¹ Internetquelle: statistisches Bundesamt

² USP: Alleinstellungsmerkmal; Verkaufsargument

In erster Linie ist das Ziel, die touristische Bedeutung von Events auf eine Destination aufzuzeigen. Weiterst, wann ein Event als touristischer Event zu verstehen ist.

Weiterhin möchte die Autorin ökonomische, ökologische sowie die sozialen Auswirkungen des Festivals, auf die Stadt Aschaffenburg, darstellen. I

Ein weiteres Ziel ist es durch einen Vergleich, mit einem ähnlichen Event, mögliche Chancen aufzuzeigen und Unterschiede festzustellen.

Durch das Thema dieser Bachelorarbeit kann man das Hauptziel ableiten: Welche Bedeutung stellt das Afrika-Karibik-Festival für die Stadt Aschaffenburg dar? Ist der Event als touristische Veranstaltung vertretbar oder sind Modifikationen notwendig? Diese Überlegungen werden am Ende dieser Arbeit vorgestellt und erläutert.

1.3 Gliederung und Vorgehensweise

Im ersten Teil wird zum Thema hingeleitet und die Zielsetzungen definiert.

Das zweite Kapitel beschäftigt sich mit dem Städte- und Kulturtourismus. Die Autorin definiert die Begriffe und gibt einen Einblick in die Entwicklung der verschiedenen Tourismusbereiche, sowie einen Überblick über Trends und mögliche Problemfelder. Außerdem erläutert sie, aus welchen Perspektiven, die Planung im Kulturtourismus stattfinden kann.

Im Folgenden widmet sich die Arbeit dem Eventtourismus und dem Stadtmarketing. Die Autorin fasst diese beiden Themen in ein Kapitel zusammen, da sich ein gutes Stadtmarketing, das den Event mit einschließt, positiv auf diesen und auf die Stadt auswirkt. Weiterhin geht sie näher auf die aktuellen Entwicklungen im Eventtourismus ein. Um später die Analyse durchführen zu können, werden alle möglichen Auswirkungen einer Veranstaltung, auf eine Destination dargestellt. Dabei greift die Verfasserin auf die theoretischen Grundlagen von Sportveranstaltungen zurück. Weiterhin formuliert sie diese in langfristige und kurzfristige touristische Effekte.

Zu Beginn des vierten Kapitels befasst sich die Verfasserin mit der Abgrenzung der verschiedenen Arten und Merkmalen von Musikfestivals. Im Zentrum dieses Absatzes steht die Begriffserklärung und geschichtliche Entwicklung von Open-Air-Festivals und die Vorstellung des Afrika-Karibik-Festivals. Abschließend folgt eine Kurzvorstellung des gleichartigen Africa Festivals in Würzburg.

Dann folgt die Analyse der ökologischen, ökonomischen und sozialen Wirkungen des Events auf die Stadt Aschaffenburg. Ergänzend, vergleicht die Autorin das Afrika-

Karibik-Festival, mit dem Africa Festival. Anhand der Merkmale und ökonomischer Effekte, zeigt sie die Differenzen auf.

Abschließend werden im sechsten Kapitel, anhand der Ergebnisse, ein Fazit gezogen und ein Ausblick gegeben.

Danach folgt ein Quellen und Anhangs Verzeichnis.

2 Der Städte- und Kulturtourismus

2.1 Der Städtetourismus

2.1.1 Definition

Städtetourismus bezeichnet Reisen, in attraktive Städte. Hintergrund einer solchen Reise sind z. B. historische Hintergründe, Kunstgeschichte, die natürliche Lage, sowie Einkaufsmöglichkeiten oder Freizeitangebote.³

Solche Trips haben meist ein bestimmtes Interesse im Mittelpunkt und zeichnen sich durch einen kurzfristigen Aufenthalt aus. In der Regel dauert eine Reise dieser Art zwischen einem und vier Tagen. Somit eignet sich eine Städtereise hervorragend als Wochenendtrip.

Unter den Begriff Städtetourismus fallen verschiedene Fremdenverkehrsarten.⁴ Dazu zählen:

³ vgl. Wenge, 2004: S.6

⁴ vgl. Neuenfeldt; Rose, 1997, S.1

- Kur- und Badetourismus
- Pilgertourismus
- Städtebesuch (Sightseeing)
- Eventtourismus
- Shoppingtourismus
- Kongress- und Konferenzverkehr
- Messetourismus
- Geschäftsreiseverkehr
- Tagungstourismus

Diese verschiedenen Fremdenverkehrsarten lassen sich zur besseren Übersicht in zwei Gruppen aufteilen. Eine Gruppe stellt die privat reisenden Personen dar, die aufgrund von Freizeitangeboten oder der Gesundheit in Städte reisen. Die andere Gruppe besteht aus den geschäftlich reisenden Personen, die wegen Tagungen oder Geschäftsterminen in Städte reisen.

2.1.2 Entwicklung

Städtereisen sind auf eine lange geschichtliche Entwicklung zurückzuführen. Die Anfänge des Städtetourismus lassen sich bereits über 2.000 Jahre rückverfolgen. Die Griechen sowie die Römer unternahmen Städtereisen mit geschäftlichem oder politischem Hintergrund. Vielmehr dienten die Reisen dazu, den täglichen Lebensunterhalt zu bestreiten. Privatreisen waren dem Adel vorbehalten, welcher während der „Grand Tour“ in der Renaissance über Jahre hinweg die wichtigsten Höfe und Städte Europas besuchte.⁵

Seither trägt der Städtetourismus zunehmend zum wirtschaftlichen Wachstum bei. Grund dafür ist unter anderem der Trend zu Kurz- und Tagesreisen. Hierbei stehen zunehmend Eventtourismus, Kulturtourismus und Shoppingtourismus im Hintergrund.

Besonders gefördert wurde der Städtetourismus durch die zahlreichen Angebote der Billigflieger. Die Angebote speziell für dieses Segment beeinflussen die Entwicklung direkt, da sie potenziellen Reisenden einen kostengünstigen, schnellen Trip ermöglichen. Durch diese Entwicklung werden jedoch auch andere Branchen beeinflusst. So ist auf ein gut ausgearbeitetes Marketingkonzept einer Stadt nicht mehr zu verzichten.⁶

⁵ vgl. Wenge, 2004: S.6

⁶ vgl. Internetquelle: Entwicklung und Aussichten September 2004, web-tourismus.de

2.1.3 Trends

Der Trend zu Städtereisen entwickelte sich stetig. Als einschlägige Basis können die Mikrotrends herangezogen werden, die 2012 entstanden. Das Phänomen der Aerotropolis bezeichnet die Entstehung von Ministädten in der Nähe von Flughäfen. Auf diese Art und Weise wurden neue Außenstadtzentren mit Stadtcharakter wie Arbeitsplätze, Einkaufs- und Freizeitmöglichkeiten gebildet. Statt einem Stadtkern gibt es so mehrere Zentren. Einen weiteren Mikrotrend stellen Urbane Oasen dar. Hochklassige Wellnessangebote in exotischen Reiseorten treten werden weniger angefragt. Vielmehr wollen Touristen die Spa-Angebote in näher gelegenen Großstädten nutzen. Außerdem suchen potenzielle Gäste die Ruhe nicht nur noch auf dem Land, obwohl es bisher keine klar gezogenen Grenzen gab, die dafür sorgten, dass Touristen, in den Städten den Trubel und auf dem Land die Ruhe vorfanden. Reisende möchten nun auch mitten im hektischen Großstadtleben Erholung finden. Im Gegenzug dazu erwarten sie auch in ländlichen Gegenden Modernität und Luxus.

Einzigkeit und Qualität. Diese beiden Eigenschaften sollten eine Städtereise zukünftig auszeichnen. Denn genau das sucht bzw. verlangt der zukünftige Tourist. Andererseits sind diese Merkmale auch notwendig, um das Überleben eines Angebots zu sichern und hinsichtlich der wachsenden internationalen Konkurrenz mithalten zu können. Dadurch gewinnen Events im Städtetourismus immer mehr an Bedeutung.

Generell wird angenommen, dass die Nachfrage für Inlandtourismus ansteigt. Das schließt einen Anstieg von Fernreisen jedoch nicht aus. Denn auch in Fernreisen steckt viel Potenzial. Der „Hype“ um Gesundheitsurlaub lässt nach und somit werden der Kategorie Strandurlaub bessere Chancen angerechnet.⁷

Voll im Trend liegen laut eines Rankings von „tripadvisor“⁸ die folgenden zehn Reiseziele in Deutschland:

⁷ Internetquelle: Reisetrends bis 2025, touristik-aktuell.de

⁸ Internetquelle: tripadvisor.de

- | | | | |
|----|-------------------|-----|---------------|
| 1. | Berlin | 6. | Köln |
| 2. | München | 7. | Oberstdorf |
| 3. | Hamburg | 8. | Rothenburg |
| 4. | Dresden | 9. | Berchtesgaden |
| 5. | Frankfurt am Main | 10. | Düsseldorf |

Die Top zehn Städtereisen sind:

- | | | | |
|----|--------------------|-----|---------------------------|
| 1. | Istanbul - Türkei | 6. | Berlin – Deutschland |
| 2. | Rom – Italien | 7. | Florenz – Italien |
| 3. | London – England | 8. | Barcelona - Spanien |
| 4. | Prag – Tschechien | 9. | St. Petersburg – Russland |
| 5. | Paris – Frankreich | 10. | Budapest, Ungarn |

Reisende wollen im Gegensatz zu den vorangegangenen Jahren, in wenigen Tagen möglichst viel erleben. So sind Städtetrips das Highlight für Kurzurlauber.

2.2 Kulturtourismus

2.2.1 Definition

Um den Begriff Kulturtourismus richtig zu definieren, muss man zu Beginn die beiden Begriffe getrennt voneinander betrachten.

Kultur ist die Gesamtheit von charakteristischen geistigen, künstlerischen, gestaltenden Leistungen, die von einer bestimmten Gemeinschaft, auf einem bestimmten Gebiet während einer bestimmten Epoche geschaffen wurden.⁹

Tourismus stellt den Reiseverkehr, das Reisen zum Kennenlernen fremder Orte und Länder sowie zur Erholung dar. Er umfasst die Gesamtheit aller Erscheinungen und Beziehungen, die mit dem Verlassen des üblichen Lebensmittelpunktes und dem Aufenthalt an einer anderen Destination verbunden sind.¹⁰

Eine weitere Definition stammt von C. Becker: „Der Kulturtourismus nutzt Banken, Relikte und Bräuche in der Landschaft, in Orten und Gebäuden, um dem Besucher die Kultur-, Sozial- und Wirtschaftsentwicklung des jeweiligen Gebietes durch Pauschalangebote, Führungen, Besichtigungsmöglichkeiten und spezielles Informationsmaterial nahe zu bringen. Auch kulturelle Veranstaltungen dienen häufig dem Kulturtourismus.“

Kulturtourismus beschreibt also Reisen, die unternommen werden, um Kulturdenkmäler zu besuchen, die Kultur fremder Länder kennenzulernen oder kulturelle Veranstaltungen zu besuchen.

In Betrachtung der verschiedenen Definitionen unterscheidet die Autorin zwei verschiedene Arten von Kulturtouristen. Der „Specific Cultural Tourist“ strebt an die Kultur der jeweiligen Destination kennenzulernen. Bei ihm steht die Kultur im Mittelpunkt und bildet somit auch den Reisegrund. Der „General Cultural Tourist“ reist aufgrund von anderen Urlaubsmotiven, aber geht Hin- und Wieder kulturellen Aktivitäten nach. Kultur ist für diese Art Tourist nicht ausschlaggebend aber auch nicht gänzlich unbedeutend. Daraus ergibt sich, dass ein Tourist nicht auf eine Sparte des Tourismus zu beschränken ist. Die Autorin beschreibt dies, als Indiz zur gegenseitigen Bedingung des Städte-tourismus, Kulturtourismus und Eventtourismus.

2.2.2 Entwicklung

Seitdem der Mensch Denkmäler erbaut, kommen andere um eben diese zu betrachten. Die Anfangsphase des Reisens war von bürgerlichen Reisen geprägt. Durch die Entwicklung der Dampflok 1756, kam die Industrialisierung in Schwung. Somit stellt das 19. Jahrhundert den Beginn des neuzeitlichen Tourismus dar.

⁹vgl. Duden

¹⁰vgl. Prof. Dr. Frietzsche, GABLER WIRTSCHAFTSLEXIKON

Einen ersten Einschnitt, in der Entwicklung, erlitt der Tourismus 1914, durch den ersten Weltkrieg. Nachdem dieser endete, wurde die Infrastruktur langsam wieder aufgebaut. Daraufhin sorgte ein wirtschaftlicher Aufschwung für eine hohe Nachfrage, die vom Mittelstand ausging. Erneute Ausfälle folgten 1929 durch die Weltwirtschaftskrise. Am sogenannten schwarzen Freitag kam es zum völligen Kursausfall an der New Yorker Börse. Dem wurde mit verbilligten Reisepreisen entgegengewirkt und verhinderten indessen einen allzu ausgeprägten Rückgang des Touristenstromes.¹¹ Durch den 1933 gegründeten Reichsausschuss für Fremdenverkehr ermöglichte Hitler auch unteren Verdienstgruppen die Teilnahme an einer Reise. Dadurch, dass nicht der Gewinn sondern die Deckung der Selbstkosten das Ziel waren, konnten Reisen günstig angeboten werden. Bis zum Ausbruch des zweiten Weltkriegs sorgte diese Menge an Touristen für ein hohes Wachstum der Tourismusindustrie. In der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts, nach Ende des 2. Weltkriegs, lebte die Branche neu auf. Laut Patterson (1974) war der Tourismus die Kraft, die mehr als jene andere einen allgegenwärtigen, vereinheitlichten Einfluss auf das wirtschaftliche, kulturelle, soziale und politische Leben und Verhalten hat.¹²

Im Laufe der Zeit entstand der Massentourismus. Massentourismus ist geprägt von übermäßig vielen Ferienangeboten und Leistungen. So entstand eine Überwiegung von Dienstleistungen und der Markt änderte sich vom Käufer zum Produzentenmarkt.

Heute ist Reisen ein fester Bestandteil des Lebens geworden und kein menschliches Grundbedürfnis mehr. Im Gegensatz zur heutigen Zeit war Reisen damals notwendig, um das tägliche Überleben zu sichern. Auf dem europäischen Reisemarkt stellen sich die Hauptentsendeländer in Nord- und Mitteleuropa dar. Damit ist Südeuropa das Hauptziel der Touristen. Die Statistik des Statistik-Portals „statista“ zeigt eindrucksvoll, wie sich die Einnahmen im Tourismus von 2000 bis 2013 verhalten. Während sich im Jahr 2005 die weltweiten Tourismus-Einnahmen noch auf 679 Mrd. US-Dollar belaufen so lagen diese 2008 schon bei 939 Mrd. US-Dollar. Im Jahr 2013 stiegen sie dann auf 1.159 Mrd. US-Dollar. Auch innerhalb Deutschlands stiegen die Ausgaben für Auslandsreisen und die Reiseeinnahmen aus dem Ausland stetig. Die Ausgaben betrugen 2013 64,9 Mrd. Euro und 2014 schon 67,1 Mrd. Euro. Auch die Einnahmen durch ausländische Touristen stiegen im Jahr 2014 in Bezug auf das Vorjahr um 5,8 Prozent.¹³

¹¹vgl. Kaspar, 1986: S.25

¹²vgl. Patterson, 1974: S.14

¹³vgl. Abbildung xz

2.2.3 Operative Bestimmungen

Kulturtourismus kann aus drei verschiedenen Perspektiven betrachtet und bestimmt werden:

- Kulturtourismus als Angebotsform

Hier steht das kulturelle Potenzial im Vordergrund, aus dem der größte Nutzen gezogen werden soll. Laut Yale bezieht sich der Kulturtourismus auf alles Ererbte, wie z. B. historische Gebäude, Kunsthandwerk oder schöne Landschaften. Aus dieser Sicht betrachtet ist Kulturtourismus lediglich ein Tourismus, der von geschichtlicher Prägung und Sehenswürdigkeiten oder Attraktionen lebt. Der Tourismus nutzt also vorhandene Ressourcen, die eine „konsumierbare“ Gestalt annehmen.¹⁴

- Pädagogische Sichtweise

Die Aspekte Kommunikation, Begegnung und Selbstreflexion stehen hier im Mittelpunkt. Die Kultur nimmt in diesem Sinne die Gestalt einer Weiterbildungsmöglichkeit an. Wie das Stendal-Syndrom zeigt, kann die Begegnung mit kulturellen Eindrücken Lernprozesse hervorrufen und zu tief greifenden Veränderungen der Persönlichkeit führen.

- Kulturtourismus als Nachfrageform

Aus einer weiteren Perspektive wird der Kulturtourismus von der Nachfrage ausgehend bestimmt. Die Fragestellung – Was empfindet der Tourist als kulturell? – wird besonders ernst genommen. Poria (2001) bestimmte die individuelle Motivation und Wahrnehmung des Reisenden als entscheidenden Faktor. Das Besuchsmotiv ist also ausschlaggebender Punkt für einen Kulturtrip.

2.2.4 Sozial-Ökologische Problemfelder

¹⁴vgl. Cohen, 1988

„Je weiter die Globalisierung voranschreitet, umso mehr scheint die Eigenart der Regionen – ihre kulturelle Identität – in den Blickpunkt des Interesses zu rücken.“¹⁵

Im Kulturtourismus stellt sich die Frage was der Tourist als kulturell empfindet. Die Kultur der eigenen Region und des Wohnortes, werden nicht als solche wahrgenommen. Eagleton bestimmte, dass fremd die fremden Kulturen sind, während die eigene Lebensform die Norm und daher eigentlich gar keine „Kultur“ ist.¹⁶ Demnach stellt die eigene Lebensform den Maßstab dar, an dem sich andere Lebensweisen als Kultur erweisen.

Um die sozial-ökologischen Problemfelder im Kulturtourismus bestimmen zu können, unterscheidet man zunächst in zwei Bereiche. Einmal in den Kulturtourismus und Tourismus plus Kultur. Kulturtouristen stellen für Städte besonders angenehme und gern gesehene Besucher dar. Ihnen wird positiv begegnet, da sie in geringen Anzahlen verstreut über das ganze Jahr anreisen. Das Motiv ihrer Reise ist es, die Kultur der Destination kennenzulernen. Außerdem lässt ihr hohes Maß an Interesse darauf schließen, dass sie bereit sind mehr Geld auszugeben. Verbindet man einen bestehenden Tourismus einer Destination mit Kulturangeboten, können einige negative Belastungen auftreten. Denn die erlebnisorientierte Gesellschaft von heute sucht ständig nach neuen authentischen Erlebnissen. Es kann also davon ausgegangen werden, dass Kulturtouristen den Weg für jene Touristen ebnen, die nicht sensibel genug sind.¹⁷ Die Konfliktzonen lassen sich wie folgt beschreiben:

Zunächst können sich hohe Besucherzahlen negativ auf die Belastungskapazitäten auswirken. Eine zu hohe Besucherkonzentration belastet Besichtigungsobjekte und führt zu Abnutzungsfolgen. Außerdem werden die Kulturtouristen, von jenen lauten, ungebildeten Touristen gestört. Kritik wird hier nicht am Kulturtourismus an sich geübt, sondern in Bezug auf den Massentourismus. Das muss jedoch in Frage gestellt werden. Die Autorin bezweifelt, dass die Menge der Touristen, im Territorium der Kulturtouristen, ausschlaggebend ist. Vielmehr spielt die Herkunft und Erziehung der „Kulturbanausen“, eine wesentliche Rolle. Es ist grundsätzlich nicht auszuschließen, dass Man sich unter vielen wohl fühlen kann oder sich in einer kleinen Gruppe von einem einzigen gestört fühlt. Weiterführend stellt die Verfasserin fest, dass die Idee vom Fremdverständnis (19. Jahrhundert) auf die heutige Zeit nicht übertragbar ist. Nach einer Formulierung der World Tourism Organization gewährleistet Tourismus den

¹⁵Thiem, 2001

¹⁶vgl. Eagleton, 2001: S 67

¹⁷vgl. Butler 1990 in: Kultur/Städte/Tourismus, S.14

internationalen Frieden und die Verständigung.¹⁸ Demnach fördert er die Völkerbindung und Entstehung einer kosmopolitischen¹⁹ Gemeinschaft. Dem widerspricht die Autorin dieses Textes. Sie führt an, dass der Tourist die unmittelbare Befriedigung sucht und keine Beziehungen aufbauen möchte. Dabei stützt sie sich auf Nettekovens Interpretation. Laut ihm werden der Kontakt zwischen Tourist und Einheimischen, sowie der Wunsch nach Kontakt zu den Bereisten, überschätzt. Weiterhin merkt er an, dass der Kontakt zwischen beiden Personengruppen, eine geringe Bedeutung für den Kulturwandel darstellt. Diese Schlussfolgerung scheint auch plausibel weil Touristen und Einheimische die Destination aus völlig verschiedenen Perspektiven betrachten. Wahrnehmungsunterschiede und andere Standards sind für Touristen aus westlichen Ländern oft unverständlich. Diese Asymmetrie der Beziehung führt dazu, dass lokale Anwohner oft nicht wissen was die Touristen erwarten. Die hohe Erwartungshaltung der Touristen erschwert die Situation.

Eine weitere Belastung bilden die asymmetrischen Herrschaftsbeziehungen. Demzufolge herrscht ein Machtgefälle, das den Tourismus und die Touristen bevorteilt. Überdies wandelt der Tourismus lokale Kulturen in Konsumgüter um. Bräuche, Feste und Rituale werden für den Tourismus aufbereitet.²⁰ Die Einheimischen tragen die ökonomische, soziale und kulturelle Last der Anpassung.

Daneben gilt die Standardisierung von Angeboten im Kulturtourismus als problematisch. Pauschale Reiseangebote werden als Reisepakete verkauft. Dadurch verliert die Kultur ihren symbolischen Sinn. Der Preis, der zur Vermarktung ausgesetzt wird, rückt in den Vordergrund und vereinfacht tiefere Hintergründe einer Kulturstätte. Beispiele für diese Art von Belastungen sind häufig in Stätten der Hochkultur zu finden. Dort entsteht durch den Tourismus ein eigenes kulturelles Angebot. (Neukonzeption Schönbunn) Die konsumierbare Hochkultur konzentriert sich auf Städte, während die Massenkultur eher auf dem Land stattfindet.²¹ Ergänzend geht mit der Vermittlung von Kultur im Tourismus, das Problem der inszenierten Scheinwelten einher. Die Destinationen versuchen die Erwartungen und Wünsche der Touristen zu befriedigen. Daraus ergibt sich eine Verzerrung der Realität, weil kulturelle und geschichtliche Vorkommnisse aufbereitet werden. Die Autorin stützt sich bei dieser Annahme auf die Aussage von Kramer. Laut K. wird die Chance zum bildungswirksamen und realitätshaltigem Erle-

¹⁸vgl. Kultur/Städte/Tourismus, S.

¹⁹Kosmopolitismus: Weltbürgertum ; philosophisch-politische Ideologie die den ganzen Erdkreis als Heimat betrachtet

²⁰vgl. Nash, 1977; Greenwood, 1977

²¹vgl. Richards, 1996; in: Städte/Kultur/Tourismus, S.18

ben, durch das Angebot von Kunstwelten zerstört. Damit jeder Tourist die Geschichte versteht, wird sie vereinfacht und auf Meilensteine begrenzt. Somit gehen wichtige Details verloren. Unter anderem sorgt das Klischeedenken für eine Erwartungshaltung, die besonders die Romantik, Ästhetik und Tradition eines Kulturortes im Zentrum hat. Touristen erwarten also eine Rekonstruktion einer wohlgeordneten Vergangenheit. Problembereiche, wie Viertel werden ignoriert und vernachlässigt. Eine Verdrängung der Wirklichkeit findet statt.²²

In Abschnitt 3.1.3 wird deutlich, welche Parallelen bezüglich der Problemfelder und Auswirkungen, zum Eventtourismus gegeben sind.

²²vgl. Enzesberger, 1962; in: Kultur/Städte/Tourismus

3 Eventtourismus und Stadtmarketing

3.1 Eventtourismus

3.1.1 Definition

Der Eventbegriff beschreibt die Vermarktung verschiedener Veranstaltungen mit verschiedenen Zielen. Besonders inszenierte Events im Tourismus, haben den Begriff Eventtourismus geprägt.

Getz definiert den Eventtourismus wie folgt: „The systematic planning, development and marking of festivals and special events as tourist attractions, development catalysts, and image builders for attractions and destination areas.“²³

„Die systematische Planung, Entwicklung und Vermarktung von Festivals und Special-Events als touristische Attraktion, sind Auslöser für eine Imagebildung für Attraktionen und Reiseziele.“

Unter Eventtourismus versteht man den Tourismus zu einer bestimmten Veranstaltung. Die Veranstaltung hebt sich von alltäglichen Freizeitangeboten ab. Als Beispiele dienen, Formel-1 Rennen oder Musik-Festivals. Freyer (2004) unterscheidet die Veranstaltungen im Eventtourismus in vier Charaktermerkmale.²⁴

- Ein besonderer Grund oder Anlass, kann kultureller, wirtschaftlicher oder gesellschaftlicher Natur sein. Hinter dem Event steht also immer ein bestimmtes Thema.
- Weiteres Merkmal ist die Entstehung eines Anlasses oder Grundes. Ein Event kann aufgrund natürlicher Gegebenheiten oder künstlichen Inszenierungen stattfinden. Ein Festival zur Sonnenfinsternis oder Sternschnuppenzeit kann nur dann durchgeführt werden, wenn die Natur diese Art von Ereignissen vorgibt.
- Veranstaltungen unterscheiden sich ebenfalls in der Dauer. Charakteristisch für touristische Events ist eine kurze Verlaufszeit von einem oder mehreren Tagen.

²³Getz, 1991: S.12

²⁴vgl. Freyer, Walter: Tourismus – Marketing, Oldenburg Verlag, München, 2004, S.606

- Abgesehen der drei voranstehenden Merkmale, spielt die Größe eine wichtige Rolle. Ein beachtlicher Event, wirkt sich auf die Infrastruktur des Veranstaltungsortes aus. Großveranstaltungen wie die WM oder die Olympia Spiele gehen oft mit einer Verbesserung der Infrastruktur einher. Der Verkehr und Parkplätze werden aufgrund des erwarteten Touristenzulaufs ausgebaut. Durch diese Veränderungen ergeben sich für die Bewohner einer Destination nachhaltige Vorteile.

Veranstaltungen im Eventtourismus müssen jedoch weitere bestimmte Merkmale aufweisen, um in die Tourismusbranche eingestuft werden zu können. Zunächst finden touristische Events nur einmal im Jahr statt. Sie sind öffentlich und haben festgelegte Eröffnungs- und Abschlussdaten. Eine permanente Struktur ist nicht üblich. Das Eventprogramm kann auch verschiedenen voneinander unabhängigen Aktivitäten bestehen. Ein Beispiel dafür sind mehrere Bühnen auf einer Veranstaltung, die parallel verschiedene Künstler zeigen. Ein weiteres Merkmal touristischer Events ist die gleichbleibende Destination.

Heute ist für ein Fünftel aller Bundesbürger der Besuch einer Veranstaltung das Hauptmotiv für eine private Reise. Demzufolge werden Veranstaltungen inszeniert, um den Tourist für einen Ortswechsel zu begeistern.²⁵

3.1.2 aktuelle Entwicklungen

Der Eventtourismus stellt einen neuen wirtschaftlichen Sektor für die Reisebranche dar. Aufgrund der verstärkten touristischen Konkurrenz sind besondere Veranstaltungen nötig, um die Attraktivität einer Stadt im Wettbewerb zu steigern. Eine positive Entwicklung ist jedoch nur möglich, wenn die potenziellen Besucher eines Events, bereit sind, damit verbundene Übernachtungen in Kauf zu nehmen. Außerdem vertritt die Autorin die These, dass eine erfolgreiche Eventtouristische Entwicklung, Anforderungen an die Stadt mit sich bringt. Denn der erlebnisorientierte Besucher des 21. Jahrhunderts, verlangt attraktive Angebote. Einige Reiseveranstalter bieten entsprechende Angebote als Pakete an. Während Tchibo speziell Konzerte und Musicals mit einem mehrtägigen Aufenthalt verbindet, bietet Jochen Schweizer hauptsächlich Sportveran-

²⁵vgl. Freyer, W.; Groß, S.: Events im Sport, 2002, S. 1

staltungen wie Autorennen und Fußballspiele an.²⁶ Der Reiseveranstalter Cool-Tours hat sich auch auf Pauschalangebote für Festivals spezialisiert.²⁷

Ausgangspunkt für die weiteren Untersuchungen ist die Annahme, dass sich Kultur-, Städte- und Eventtourismus unterstützen. Ein Kulturtourist mit der Absicht bestimmte Sehenswürdigkeiten zu besuchen, ist nicht nur auf die Sparte Kultur zu beschränken. Durch Broschüren oder Bekanntschaften, wird er auf Events und umliegende Großstädte aufmerksam. Der nächste Kurztrip könnte dann aufgrund einer speziellen Veranstaltung unternommen werden. Die Autorin führt außerdem an, dass spontane Planänderungen, durch attraktive Last-minute-Angebote möglich sind.²⁸

3.1.3 Auswirkungen und Effekte von Großveranstaltungen

Die Autorin des Textes stellt hier die These auf, dass nahezu alle Personen, die im direkten, oder indirekten Kontakt mit der Veranstaltung stehen, wirtschaftliche, ökologische und soziale Veränderungen wahrnehmen. Dazu zählen das Gastgewerbe und der Einzelhandel, der Veranstalter, die öffentliche Verwaltung, die Besucher sowie die Bevölkerung und andere regionale Unternehmen.

Ökonomische Auswirkungen, betreffen die Besucher, Veranstalter, öffentliche Verwaltung, Gastgewerbe und Einzelhandel, Bevölkerung des Ortes und sonstige Unternehmen. Besonders betroffen sind die Veranstalter. Für sie ergeben sich wirtschaftliche Vorteile aus den Einnahmen vom Verkauf, durch Sponsoren und Werbe- sowie Lizenzverträge. Eine weitere Einnahmequelle kann die Verpflegung der Besucher darstellen, falls der Veranstalter selbst als Gastronom auf dem Festival auftritt. Weiterhin profitieren sie durch Zuschüsse der öffentlichen Hand. Negative ökonomische Auswirkungen sind Kosten für Personal, Sachgüter, Leistungen Dritter und die Nutzung, sowie der Ausbau der Infrastruktur einer Destination.

Zusätzliche Ausgaben der Besucher und Aufträge des Veranstalters betreffen den örtlichen Einzelhandel. Durch eine positive Wirkung auf diesen, kann die Nachfrage von bestimmten Produkten erhöht und somit Preissteigerungen ermöglicht werden. Eine

²⁶Internetquelle: jochen-schweizer.de; tchibo.de

²⁷Internetquelle: festival-reisen.de

²⁸Last-Minute-Angebot: kurzfristiges Angebot von Reiseveranstaltern etc.; hier: aufgrund Informationserhalt knapp vor der Veranstaltung

Imageverbesserung der Stadt, durch die Veranstaltung ist mit einem zusätzlichen Einkommen zu bewerten. Tritt eine Verschlechterung des Stadt-Images ein, so bleiben auch Zusatzeinnahmen aus.

Weiterhin führt Freyer an, dass örtliche Unternehmen, einen direkten Nutzen aus Aufträgen ziehen. Auch hier spielt das Image der Stadt eine ausschlaggebende Rolle. Eine Imageverbesserung oder ein Selbstauftritt, auf der Veranstaltung, können zu zusätzlichem Einkommen führen. Außerdem profitieren örtliche Unternehmen von Veränderungen der Infrastruktur. Es ist jedoch zu beachten, dass das nur möglich ist, wenn die Änderungen zugunsten der Bevölkerung und der Besucher auf lange Sicht realisiert wird. Negative Effekte könnten hier durch ungünstige Zeitverluste und Fehler in der Planung und Durchführung der Veranstaltung auftreten.

Die öffentliche Verwaltung der Destination, hat die Möglichkeit durch Vermietung und Verpachtung von Veranstaltungsorten, Mehreinnahmen zu erzielen. Daneben können auch Gebühren und Steuern zu einem Profit führen. Ist die öffentliche Verwaltung selbst Eigentümer des Veranstaltungsortes, so gewinnt sie eine verbesserte Infrastruktur. Jedoch ist zu berücksichtigen, dass daraus auch Auslastungsprobleme entstehen können. Sofern es sich hier um Bauwerke handelt, die für Randgruppen erstellt worden sind.

Weiterführend profitiert die Bevölkerung durch private Zimmervermietung, zusätzliche Arbeitsplätze und eine verbesserte Infrastruktur. Gleichzeitig können Nachteile entstehen. Diese können sich in Preissteigerungen oder Zeitverlusten, durch Verkehrsstaus ausdrücken.

Abschließend erwähnt die Autorin, dass die Besucher jegliche Kostenbelastung tragen. Ökonomisch gesehen entstehen für sie nur Nachteile, die sich aus den Ausgaben für Eintrittskarten, Unterkunft und Verpflegung und Ab- und Anreise ergeben.

Neben den wirtschaftlichen Folgen, beschreibt Gans ökologische.²⁹ Ökologische Auswirkungen belasten die Bewohner einer Destination. Die überwiegend negativen Effekte, wie Eingriffe in die Stadt und geschützte Landschaften, oder Freiflächen, zerstören einen wichtigen Teil der städtischen Umwelt. Außerdem führen der Energieverbrauch, die Lärmbelästigung, Schadstoffemissionen und die Abfallproduktion, zu Umweltbelastungen.

²⁹vgl. Gans, P.; Horn, M.: Zemann, C.; Sportgrossveranstaltung, 2003

Zusätzlich zu den ökonomischen und ökologischen Auswirkungen hat ein Event soziale Wirkungen auf die Bevölkerung eines Veranstaltungsortes. Durch ein entstehendes Zusammengehörigkeitsgefühl und die Stärkung der regionalen Identität, findet eine positive Beeinflussung statt. Ein Grund dafür ist der Einsatz von Einheimischen auf dem Event. Außerdem kann sich die Kriminalität positiv oder negativ verändern. Auch diese Auswirkung, hängt, wie bei allen zuvor aufgeführten, von der Art der Veranstaltung und der Destination ab. Neben den Bewohnern sind auch die Besucher von sozialen Auswirkungen betroffen. Aufgrund der gemeinsam erlebten Unterhaltung und Erholung, wird das Gemeinschaftsgefühl der Zuschauer gestärkt. Weiterhin kann eine motivierende Beeinflussung stattfinden. Das bedeutet, dass die Besucher motiviert werden könnten, durch die Erlebnisse, selbst einen Beitrag in der entsprechenden Thematik zu leisten. Konflikte untereinander, oder mögliche gesundheitliche Folgen, durch Lärm oder Unfälle, sind einige Beispiele für negative Auswirkungen.

Die aufgeführten Auswirkungen wurden für Sportgroßveranstaltungen aufgestellt und dienen als theoretische Grundlage für die vorliegende Arbeit. Dennoch folgt zunächst eine Unterscheidung in kurzfristige und langfristige touristische Effekte.

3.1.4 Touristische Effekte

Wie die Grafik zeigt können touristische Auswirkungen kurzfristig oder langfristig wirken. Diese wirken sich innerhalb dieser Unterteilung auf Angebot und Nachfrage aus. Negative sowie positive Effekte können auftreten.

	Kurzfristige touristische Effekte	Langfristige touristische Effekte
Angebot	Negativ -verändertes Orts- und Landschaftsbild -Konflikte mit Stammgästen -Preissteigerungen Positiv -Infrastruktur Verbesserungen -qualitativ bessere Angebote d. Beherbergungsbetriebe -bessere Vermarktungsmöglichkeit	Negativ -verändertes Landschaftsbild -Überkapazitäten bei Beherbergungsanlagen Positiv -verbesserte Infrastruktur
Nachfrage	Negativ -Stammgäste meiden Ort Positiv -großes Interesse der Medien -hoher Gesamtumsatz -Zuschauer werden potenzielle Nachfrager	Negativ -Image eines teuren, verbauten Ortes -negative Präferenz bzgl. Reiseentscheidung -Werbewirkung löst wenig langfristige Nachfrage aus Positiv -höherer Bekanntheitsgrad -positives Image bzgl. Infrastruktur und Wetter

Abbildung 1: Touristische Effekte, auf Grundlage von Abschnitt 3.1.3

Negative Veränderungen des Angebots zeigen sich in einem veränderten Orts- und Landschaftsbild. Aufgrund ausgebuchter Hotels, können Konflikte mit Stammgästen entstehen. Neben diesen Effekten schließt die Verfasserin, Preissteigerungen im Einzelhandel nicht aus. Durch die erhöhte Nachfrage bestimmter Artikel, können die Preise dieser steigen. Nebst den negativen Auswirkungen, beeinflusst ein Event eine Destination positiv. Die Infrastruktur wird durch zusätzliche Buslinien, während des Veranstaltungszeitraumes, verbessert. Das Angebot des Nahverkehrs entwickelt sich somit kurzfristig positiv. Des Weiteren gehen Beherbergungsbetriebe der Region, einen Schritt auf die Touristen zu. Oft steigt die Qualität der Angebote, die sich durch Sonderkonditionen oder ein bereitgestelltes Hotelkontingent, bemerkbar macht.

Als kurzfristige negative Entwicklung, auf der Seite der Nachfrage, beschreibt die Autorin das Ausbleiben der Stammgäste. Da sich diese nicht mit den Eventbesuchern, in den Beherbergungsbetrieben, identifizieren können, unternehmen sie keine Reise in die Destination, bis der Event abgeschlossen ist. Positiven Einfluss hat ein Event auf das Interesse der Medien. Regionale und Überregionale Medien berichten über die Veranstaltung. Gegenteilig zum Ausbleiben der Stammgäste, stellen Zuschauer und Besucher potenzielle Nachfrager dar. Das zeigt sich in einer Reise zur Destination,

unabhängig von der damals besuchten Veranstaltung. Abschließend sind hohe Gesamtumsätze durch eine Veranstaltung zu verzeichnen.

Wie vorher schon erwähnt, können sich Orts- und Landschaftsbilder negativ verändern. Diese Verschlechterung auf Angebotsseite ist auch auf langfristige Sicht möglich. Da viele Events eine Veränderung der Infrastruktur mit sich bringen, geht die Autorin von dauerhaften Überkapazitäten aus. Bauwerke, die speziell für eine Veranstaltung oder Sparte erstellt wurden, haben keinen Nutzen im alltäglichen Leben der Bürger. Auf der anderen Seite kann auch das Gegenteil der Fall sein. Die Infrastruktur kann sich durch Umbauten, die den Einheimischen eine langfristige Verbesserung der Lebensqualität garantieren, verbessern. Allerdings muss beachtet werden, dass sich eine Veränderung der Infrastruktur auch negativ auf die Nachfrage auswirken kann. Besucher könnten ein negatives Image verbreiten, da sie den Ort als teuer und verbaut empfinden. Das ist häufig bei regelmäßigen Touristen der Fall. Das ist auf das erste Bild zurückzuführen, dass sich dieser, während vorheriger Reisen gemacht hat. Durch die Verbreitung dieses negativen Images, bilden potenzielle Besucher eine schlechte Präferenz, bei der Entscheidung des Reiseortes. Außerdem löst die Werbung kaum Wirkung auf die langfristige Nachfrage aus. Andererseits kann die Infrastruktur, ein positives Image, auf Seite der Nachfrage fördern. Zuletzt ist ein höherer Bekanntheitsgrad gegeben, sofern die Besucher das positive Image verbreiten.

3.1.5 Methoden

Um die touristische Auswirkung von Events zu erörtern, gibt es verschiedene Methoden, die sich aus monetären und entgeltlichen Verfahren zusammensetzen. Bei der Kosten-Nutzen-Analyse handelt es sich um eine rein quantitative Betrachtungsweise. Diese Methode bewertet alle direkten und indirekten Auswirkungen und stellt diese den Kosten gegenüber. Ziel ist es, den zusätzlichen Nutzen für die Gemeinschaft herauszufinden. Außerdem kann man die Analyse vor und nach der Veranstaltung anwenden. Somit kann sie als Entscheidungshilfe oder Erfolgskontrolle dienen. Abschließend ist zu sagen, dass die Kosten-Nutzen-Analyse den absoluten Vorteil in Geldeinheiten darstellt.³⁰

Neben der Kosten-Nutzen-Analyse, kann die Kosten-Wirksamkeits-Analyse angewendet werden. Diese beurteilt eine Veranstaltung, nach den ungeordneten Zielen der all-

³⁰ vgl. Settler, J.; Auswirkungen von Sportgroßanlässen, 2003

gemeinen Wohlfahrt.³¹ Die monetären Kosten und die Nutzenelemente, werden als physische Größe erfasst. Ein Vorteil dieser Analyse, ergibt sich aus dem Einbezug schwieriger bewertbarer Effekte. Nachteilig fließen persönliche Referenzen mit ein. Eine Weiterentwicklung, der Kosten-Wirksamkeits-Analyse, ist die Nutzwert-Analyse. Diese bewertet im Gegensatz zu ersterem, den Gesamtnutzen einer Veranstaltung.

Weiterführend können Wertschöpfungsstudien herangezogen werden. Diese misst das Nettoergebnis der Produktionstätigkeit einer Destination, durch die Differenz der Bruttoproduktionswerte und den Vorleistungen der einzelnen Wirtschaftsbereiche.

Die Input- Output-Analyse verbindet makroökonomische und monetäre Bewertungen. Die Autorin merkt jedoch an, dass diese Methode nur nach Abschluss einer Veranstaltung eingesetzt werden kann.

Eine zusätzliche Methodik, stellt die Inzidenz-Analyse dar. Bei dieser einfachen und flexiblen Methode, werden Verteilungswirkungen, von infrastrukturellen Einrichtungen bewertet. Wie die Kosten-Nutzen-Analyse, kann sie als Erfolgskontrolle oder Entscheidungshilfe dienen.

Die Bewertung von Zahlungsströmen findet in der finanzmathematischen-Analyse Anwendung. Die mikroökonomische Betrachtungsweise, stellt einen direkten Vergleich von Maßnahmen, in Bezug auf Zahlungsströmen auf.

Um die Auswirkungen einer Veranstaltung auf den Bekanntheitsgrad und das Image herauszufinden, kann die Publitäts- und Äquivalenzanalyse angewendet werden. Bei Ersterer wird eine Sammlung aller Infos zur Veranstaltung erstellt. Die zweite bewertet all diese monetär. Es handelt sich um eine medienbezogene Methode. Zuletzt können Befragungen durchgeführt werden. Dabei sind die Auswirkungen sehr schwer erfassbar, da jeder Besucher oder Bewohner eine andere Empfindsamkeit aufweist.

Für die weitere Untersuchung, hat sich die Autorin, für eine abgeänderte Version der Publitäts- und Äquivalenzanalyse entschieden. Dabei bezieht sie sich nicht ausschließlich auf die monetären Daten, sondern auch auf aussagekräftige Artikel, welche auf die touristische Auswirkungen schließen lassen. Um die Effekte zu veranschaulichen, vergleicht sie das Festival mit einem ähnlichen.

³¹vgl. Gans, P.; Horn. M.; Zemmann, C.; 2003

3.2 Stadtmarketing

3.2.1 Definition

Um den Begriff zu definieren muss zunächst eine Zerlegung des Wortes vorgenommen werden. Horn beschreibt betriebswirtschaftliches Marketing als die zielorientierte Steuerung des Unternehmens vom Markt her. Ausgangspunkte bilden die Wünsche und Bedürfnisse der Bestands- und potenziellen Kunden.³² Diese Bedeutung kann auf das Stadtmarketing übertragen werden.

Ursprungsdefinition für diese Arbeit stellt die Definition nach dem Wirtschaftslexikon dar. Demnach drückt sich Stadtmarketing in Maßnahmen aus, die zur Profilierung der Stadt getroffen werden. Durchgeführt werden können sie unter anderem von öffentlichen Verwaltungen, Gewerbevereinigungen und Gewerbevertrieben, sowie Dienstleistungsunternehmen.

3.2.2 Ziele und Zielgruppen

Stadtmarketing zielt darauf ab ein positives Image für eine Stadt zu schaffen oder zu festigen. Die Attraktivitätssteigerung als Wissenschaftsstandort, Wohn- und Einkaufsort und touristischer Destination verkörpert ein weiteres Ziel. Außerdem sollen sich die Bürger mit der Stadt identifizieren können. Weitere acht sind:

- Aufbau und Korrektur und Pflege des Stadtimages
- Steigerung der finanziellen Handlungsspielräume
- Ausrichtung der städtischen Leistungen auf die Bürger
- Schaffung und Erhebung eines überregionalen Bekanntheitsgrades
- Steigerung der Zufriedenheit der unterschiedlichen Anspruchsgruppen und der Stadt
- Förderung der Zusammenarbeit wichtiger Handlungsträger der Stad

³²vgl. Hohn, Stefanie: Public Marketing, Marketing-Management für den öffentlichen Sektor, 2008

- Erhalt, bzw. Steigerung der Einwohnerzahl (vergleichbar mit Kundenbindung)
- Verminderung städtischer Probleme durch ruhenden oder fließenden Verkehr, Müllentsorgung, Abwasser³³

Aus den formulierten Zielen werden die verschiedenen Zielgruppen abgeleitet. Stadtmarketing richtet sich nach internen und externen Zielgruppen aus.

Zu den internen Zielgruppen zählen die Einwohner und die ansässigen Unternehmen. Erstere profitieren direkt durch Verbesserungen der Wohnqualität, des Wohnumfeldes und Bildungsangeboten. Letztere ziehen einen Nutzen aus der Weiterentwicklung der Infrastruktur, des Verkehrs und der Umwelt. Maßnahmen durch die Stadt, könnten sich hier als Förderung von Projekten, Subventionen, Bereitstellung von attraktiven Grundstücken zu guten Konditionen ausdrücken.

Neben den internen sind im Stadtmarketing externe Zielgruppen zu beachten. Dazu gehören potenzielle Neubürger, sowie Wirtschaftsunternehmen, die sich in der Stadt ansiedeln sollen. Weiterst sind Touristen Zielgruppe des Stadtmarketings. Sie beeinflussen das wirtschaftliche Wachstum einer Destination, durch hohe Ausgaben während ihrer Reise. Touristen leisten den zahlungskräftigsten Beitrag der externen Zielgruppen.

Ergänzend zielt Stadtmarketing auf überregionale und lokale Medien, Vereine, Reiseveranstalter, potenzielle Investoren und einige mehr, ab.

³³vgl. Bornemeyer, Claudia: Erfolgskontrolle im Stadtmarketing, 2002

4 Musikfestivals

4.1 Arten von Musikfestivals

Die Autorin unterteilt in dieser Arbeit in vier verschiedene Möglichkeiten.

- Klassische Festspiele sind Musikveranstaltungen, die zur Huldigung von populären Komponisten organisiert werden. Dazu zählen z. B. die Mozart Festspiele in Wien oder die Bayreuther Festspiele in Bayreuth.
- Ein live dargebotenes musikalisches Großereignis unter freiem Himmel stellen Open-Air-Festivals dar. Sie entwickelten sich aus Versammlungen von Jugendlichen und größeren Menschengruppen, die sich zum gemeinsamen Musik anhören in den 60ern auf der Straße trafen. Ziel eines Open Airs ist es zum einen das Ereignis zu einem ideellen Moment für den Besucher zu machen. Weiterhin streben die Veranstalter einen stetigen Besucheranstieg an, um quantitative Rekorde zu erzielen.
- Non-Profit- und Benefiz-Festivals werden aus sozialen Gründen veranstaltet. Meist stehen soziale Organisationen im Hintergrund. Ziel ist es mit den Einnahmen die Kosten decken zu können und den Überschuss zu Spenden. Großveranstaltungen wie der Live-Aid in London oder das Band-Aid-Festival sind zwei Beispiele für solch eine Art Festival.
- Da die gesellschaftliche Verantwortung gegenüber der Umwelt immer mehr in den Fokus der Öffentlichkeit rückt, stellen Nachhaltige Festivals eine weitere Art dar. Außerdem appelliert der Veranstalter an das Bewusstsein für den Klimawandel durch die Verwendung von recyclebaren Materialien und dem Einsatz von erneuerbaren Energien. Durch eine Ressourcenerfassung nach jeder Veranstaltung kann eine bessere Planung stattfinden und somit die Abfallmengen verringert werden. Trotz der Entstehung von Mehrkosten durch ökologisches Handeln bringen nachhaltige Festivals einen Wettbewerbsvorteil mit sich. Durch den Neugewinn von Sponsoren, die ökologische Organisationen befürworten, können diese Mehrkosten kompensiert werden.

4.2 Unterscheidungsmerkmale

Abgesehen von den verschiedenen Interessenvertretungen, wie Ziele oder Hintergrundgedanke, die die Verfasserin im vorangegangenen Abschnitt erläutert hat, können die Unterschiede auch an anderen Merkmalen festgemacht werden.

Ein Ausgangspunkt ist die Dauer und die Anzahl der Veranstaltungen während des Events. Klassische Festivals ziehen sich z. B. meist über mehrere Tage oder Wochen hin, während Moderne Musikveranstaltungen wenige Tage dauern. Die Veranstaltungen während eines Festivals, wie zum Beispiel die Auftritte können von einem bis ins maximal mögliche reichen. Durch diese Unterschiede leitet die Autorin zwei weitere ab. Zum einen den Musikstil. Die Musikrichtungen reichen von Pop bis Rock, von Jazz bis Blues, Hip Hop, Klassik usw. Meist stehen ein Stil und damit verwandte Musikrichtungen im Mittelpunkt eines Festivals. Des Weiteren ergibt sich die Differenzierung nach dem Bekanntheitsgrad der Künstler. Das erklärt die Autorin mit den Besucherzahlen. Erfahrungen in den letzten Jahren haben gezeigt, dass die Anzahl steigt wenn bekannte Künstler auftreten. Beispiel hierfür ist die Entwicklung des „Afrika-Karibik-Festivals, welches im nächsten Kapitel erläutert wird.

Weitere Merkmale stellen unter anderem der Ort und die Kulisse der Veranstaltung, sowie die Anzahl und die Art der Spielstätten dar. Festivals können über eine Spielstätte verfügen oder jedes Jahr an einem anderen Ort stattfinden. Kulissen können, Burgen, Schlösser, Kirchen, Fabrikhallen, Strände, öffentliche Wiesen, Festgelände und vieles mehr sein. Darüber hinaus bietet der Großteil ein Rahmenprogramm neben den eigentlichen Events. Hierbei kann es sich um Vorträge, Seminare, Spiele, Kunstausstellungen, Theaterspiele, Fahrgeschäfte wie z. B. Karussells oder Bungee-Jumping handeln. Zudem weichen die thematischen Leitfäden voneinander ab. Drei Viertel der Musikfestivals in Deutschland befassen sich mit einem ausgewählten Thema. Beispiele sind Festivals mit politischem Hintergrund wie zur Förderung von deutschsprachiger Musik. Ergänzend dazu bringt jede Musikrichtung eine eigene Atmosphäre mit sich. Veranstaltungen der Unterhaltungsmusik strahlen ein legeres, ungezwungenes Flair aus. Außerdem steht der „Fun-Faktor“ im Zentrum. Im Gegenteil zur Ungezwungenheit bietet die klassische Musik ein gehobenes und elegantes Ambiente. Der Einsatz der Musik und der durch Design geschaffenen Atmosphäre wird zielgruppenspezifisch ausgerichtet. Dadurch kann der Veranstalter kontrollieren welche Art Konsument teilnehmen. Letztendlich kann er erst dadurch sicher sein, dass unerwünschtes Publikum ausbleibt.

Zuletzt lässt sich feststellen, dass der Preis ebenfalls ein Unterscheidungsmerkmal darstellt. Die Eintrittspreise reichen von kostenlos bis grenzenlos. Die Preispolitik der

Veranstaltung hängt stark vom Sponsoring, der Qualität und Bekanntheit der Künstler sowie den Zielen des Veranstalters ab.

4.3 Open-Air-Musikfestival

4.3.1 Definition

Unter einem Open-Air-Musikfestival versteht man ein Event, der im freien stattfindet. Dort treten über mehrere Tage verteilt verschiedene Künstler auf. Ein Festival kann eine Dauer von einem oder mehreren Tagen haben.

„Allen Festivals und Festspielen ist gemein, dass sie meist in der Sommerzeit - befristet zu einer zusätzlichen Attraktivität für Einwohner eines oder mehrerer Bundesländer, von Regionen und Städten beitragen und damit ein echter Wirtschaftsfaktor geworden ist.“³⁴

4.3.2 Geschichte

Die früheste Form von Festspielen ist bis ins antike Griechenland zurückzuführen und stellte sich als Theateraufführungen im Rahmen von Festspielen dar. Die Fürsten- und Königshäuser der damaligen Zeit luden zu Fest- und Opernspielen ein. Die ersten Schlossfestspiele in Deutschland fanden 1655 am Hof der Heidecksburg statt. Hintergründe für solche Veranstaltungen waren meist politisch oder religiös. Vor und während des 2. Weltkrieges dienten sie zur Machtdemonstration. Arrangiert wurden die Festspiele hauptsächlich an Orten wie Gedenkstätten, Schlachtfeldern und Burgen. Später, nach Ende des zweiten Weltkrieges wurde der englische Begriff „Festival“, in die deutsche Sprache übernommen. Ab dann gab es zweierlei Gründe eine Veranstaltung dieser Art zu organisieren. Auf der einen Seite zur Demonstration des wachsenden Einflusses oder zur Würdigung verstorbener Musiker.

Open-Air-Festivals haben ihren Ursprung in den USA. Dort wurde das erste Festival im Freien, 1959 in Newport ausgerichtet. Das „Newport Folk“ Festival war das erste seiner Art, das seinen Besuchern verschiedene Musikrichtungen bot. Der Höhepunkt der Fes-

³⁴vgl. Musik Almanach: Daten und Fakten zum Musikleben in Deutschland; Hrsg. Deutscher Musikrat; 2007

tivaleuphorie in den USA kam 1969 mit dem „Woodstock“ Festival einher. Es fand in New York statt und zählte 500.000 Besucher.

Diese Euphorie schwappte dann letztendlich auch nach Deutschland über. Aufgrund der Unerfahrenheit auf diesem Gebiet gestaltete sich der Anfang schwierig. Die Organisationsstrukturen in Deutschland waren noch nicht bereit für diese Art von Großveranstaltungen. Resultat der ersten Durchführungsversuche waren viele Fehler. Zur Rettung kam Fritz Rau. Er brachte in den 1970ern Konzepte bzw. Organisationsstrukturen aus den USA und übertrug diese auf Veranstaltungen in Deutschland. Die Jahre darauf entwickelte sich dieses Marktsegment stetig. 1977 wurden zahlreiche Open-Air-Festivals veranstaltet. 1980 organisierte man das erste Open Air am Nürburg Ring. Im Jahre 1983 etablierten sich bereits dreißig größere Festivals fest in Deutschlands Veranstaltungskalender. Durch die gesammelte Erfahrung konnten die Großveranstalter ihre Events optimieren. So entwickelte sich Pfingsten zur Eröffnungszeit der Festivalsaison. Das bis heute erfolgreiche Rock am Ring Festival fand erstmals 1985 statt. Anfang der 1990er Jahre richteten auch kleinere Veranstalter, Kommunen und Gemeinden Open-Air-Festivals aus. Trotz der darauf folgenden Stagnation der Nachfrage, in den 1990ern, steigen die Besucherzahlen bis heute. Deutschland ist unter den führenden Ländern im Bereich europäische Festivalkultur. Neben einigen größeren Festivals, die fest im Markt positioniert sind, gibt es viele kleinere, die sich auf bestimmte Musikstile, Regionen oder Themen beziehen.

Zu den führenden Open-Air-Festivals in Deutschland zählt mit 120.000 Besuchern das Bamberger Blues- und Jazz-Festival. Auch das Rock am Ring-Festival am Nürburgring mit 85.000 Besuchern ist eines der größten und bekanntesten deutschen Open Airs. Das Wacken Open Air, Rock im Park, das Hurricane Festival und die Nature One sind nur einige weitere Großveranstaltungen.³⁵

³⁵vgl. Abbildung 1

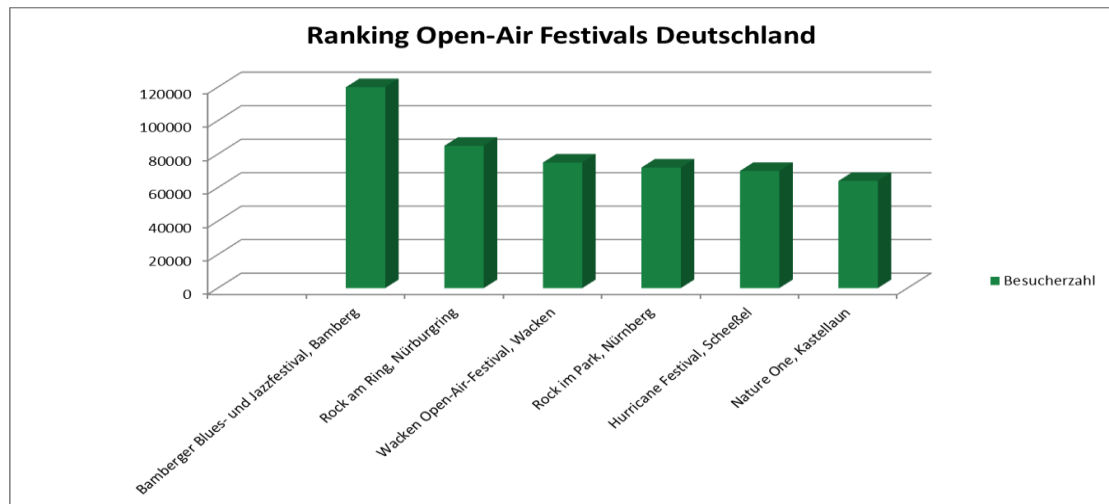


Abbildung 2: Ranking Open-Air-Festivals nach ausgewählten Veranstaltungen, 2013

4.4 Das Afrika-Karibik Festival in Aschaffenburg

4.4.1 Die Idee

Den Grundstein des Afrika-Karibik-Festivals bildet die Idee ein familienfreundliches, mehrtägiges Festival zu veranstalten. Ziel ist der Gesellschaft die Kultur und Musik des afrikanischen Kontinents und der Karibik näher zu bringen. Die Veranstaltung findet in Aschaffenburg statt und hat inzwischen eine Dauer von vier Festivaltagen erreicht. Das erste „AKF“³⁶ fand 1998 unter dem Namen „Afrika-Kultur-Festival“ statt. Mike Jones, ein Eventmanager, optimierte die Grundidee und konzipierte daraus das Afrika-Karibik-Festival. Die Veranstaltung steht für Menschenfreundlichkeit und trägt zur Integration und Akzeptanz sowie zum Verständnis ausländischer Kulturen bei. Ursprünglich sollte die Veranstaltung von einem gemeinnützigen Verein übernommen werden. Dies gestaltete sich zu Beginn sehr problematisch. Doch mit der baldigen Gründung der „AB Event und Marketing GmbH“ hat Mike Jones die Probleme schnell gelöst. Er ebnete den Weg für den One Race Human³⁷ Verein im Jahr 2001. Als Plattform für Vereine und Hilfsorganisationen werden jedes Jahr einige tausende Euros sowie Sachspenden und Zuwendungen von Sponsoren und Partnern einem gemeinnützigen Zweck übergeben. Im Jahr 2012 kamen insgesamt 10.000 Euro zusammen. Das „One

³⁶ Abkürzung: Afrika-Karibik-Festival

³⁷ Englisch: Eine Rasse menschlich

Race...Human!“ Afrika-Karibik-Festival steht bis heute für Völkerverständigung, Lebensfreude und hochkarätige Künstler.

4.4.2 Die Musik

Das Line-Up³⁸ besteht aus Welt- und Superstars, Scene Größen und Newcomern³⁹. Reggae, Dancehall, Weltmusik, Hip Hop, Soul und Funk sollen die Menschen zusammenbringen. Aus diesem Grund legt der Veranstalter viel Wert auf die Auswahl der Künstler. Die Musiker und Artisten, müssen den Charakter des Festivals widerspiegeln und eben die Lebensfreude, Völkerverständigung, Menschenfreundlichkeit und das südliche Flair ausstrahlen, für das es steht. Viele Musikgrößen stehen aufgrund dieser Atmosphäre immer wieder auf der Bühne des AKF. Dazu zählen unter anderem Ganjaman, Samy Deluxe, Wyclef Jean, die Ohrbooten, Megaloh, die Söhne Mannheims, Max Herre, Sean Paul, Fettes Brot, Jan Delay, Jimmy Cliff und Culcha Candela.⁴⁰

4.4.3 Das Festivalgelände

Das Afrika-Karibik-Festival findet jährlich auf dem Volksfestplatz in Aschaffenburg, Leider statt. Auf dem Gelände gibt es insgesamt drei Bühnen. Auf der Mainstage⁴¹ treten die Hauptkünstler auf während auf der Culture-Stage⁴² Trommlergruppen und Akrobaten einen Teil der traditionellen afro-karibischen Kultur darbieten. Die Zeltbühne wird von kleineren akrobatischen Gruppen genutzt. Ergänzend zum Hauptprogramm auf den Bühnen gibt es einen Weltbasar. Über hundert Händler verkaufen dort Kunst- und Kulturgegenstände. Auf der Essensmeile werden in über zwanzig Essensständen kulinarische Köstlichkeiten aus Afrika und anderen Ländern der Welt angeboten. Vervollständigt wird das Gelände mit der Kids-Area⁴³, Chill-Area⁴⁴, der Beach-Area⁴⁵ und dem ersten Zeltplatz. Um sich zwischen den Konzerten und nach dem einkaufen auf dem Basar zu erholen, bietet das Festival einen 1.000 m² großen Strandbereich mit Liegestühlen und einer Cocktailbar. Da es sich wie schon erwähnt um ein familienfreundli-

³⁸ Englisch: Reihe, Aufstellung, Konstellation

³⁹ Englisch: Neuling in eine Branche, der wenig Erfahrung hat aber schon Erfolge erzielt

⁴⁰ Internetquelle: www.karibik-festival.de

⁴¹ Englisch: Hauptbühne

⁴² Englisch: Kulturbühne

⁴³ Englisch: Kinderbereich

⁴⁴ Englisch: Entspannungsbereich

⁴⁵ Englisch: Strandbereich

ches Festival handelt, gibt es für Kinder ebenfalls eine 1.000 m² große Kids-Area. Das abwechslungsreiche Programm für die Kinder findet den ganzen Tag statt. Angeboten werden Trommelworkshops, Kinderschminken, Afrikanische Märchenstunden mit Riesenschnecken und weitere Aktivitäten. Der erste Zeltplatz liegt direkt angrenzend zum Gelände am Mainufer. Um die Kapazitäten aufnehmen zu können gibt es einen zweiten auf dem Flugplatz in Nilkheim. Ergänzend werden verteilt auf dem ganzen Festivalplatz Toiletten und für die Camper auch Duschen platziert.⁴⁶



Abbildung 3: Festivalgelände

⁴⁶vgl. Abbildung 3 und 4



Abbildung 4: Zeltplatz und Parkplatz

4.4.4 Besucherzahlen

Jedes Jahr besuchen fünfzig bis sechzig Tausend Menschen das Afrika-Karibik-Festival in Aschaffenburg. Seit Beginn hat sich die Besucherzahl stetig nach oben entwickelt bis zum Jahr 2014. Hauptgrund für die Einbußen war laut einem Bericht des Main-Netzes⁴⁷, das schlechte Wetter. Die Händler auf dem Weltbasar machten jedoch die zu hohen Eintrittspreise dafür verantwortlich. Verglichen mit anderen ähnlichen Festivals, ist festzustellen, dass auf ein Eintrittsgeld am letzten Veranstaltungstag verzichtet wird oder Flaniertickets⁴⁸ angeboten werden. Ein Aussteller schlug vor die Tickets am Sonntag günstiger zu verkaufen, damit auch die Händler von den Besuchern profitieren können. Die Aussagen der benachteiligten Standbesitzer werden durch eine Online-Umfrage des Main-Netzes unterstützt. Wie die folgende Abbildung zeigt halten

⁴⁷ Internetquelle: main-netz.de

⁴⁸ Eintrittskarte ohne Sitzplatzanspruch, hier: vergünstigte Eintrittskarte für den Weltbasar

über 60 Prozent der Befragten, die Eintrittspreise für zu hoch.⁴⁹ Die Preise für einen Besuch 2015, liegen zurzeit bei 55 Euro für ein Vier-Tages-Ticket. Tagestickets kosten donnerstags 15 Euro, freitags dreißig Euro und samstags 23 Euro. Die Preise beziehen sich auf Eintrittskarten im Vorverkauf.⁵⁰

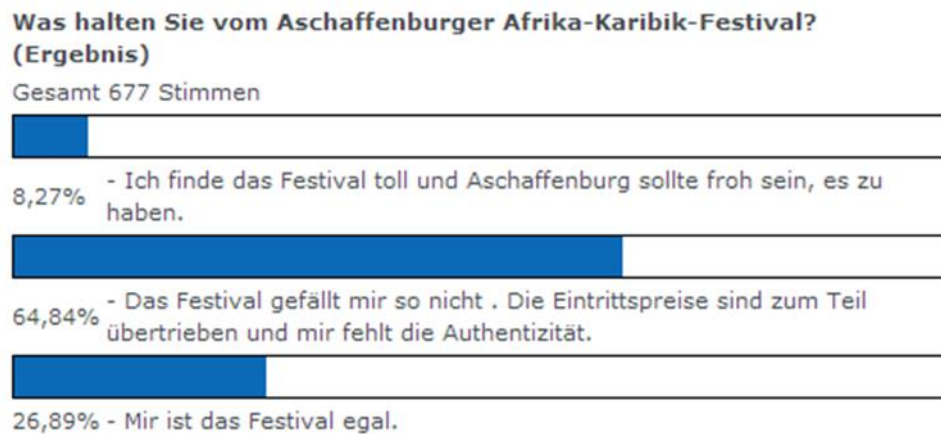


Abbildung 5: Umfrage zum Afrika-Karibik-Festival 2014

4.5 Das Africa Festival in Würzburg

4.5.1 Das Original

Das „Africa Festival in Würzburg fand zum ersten Mal 1989 statt. Seither entwickelte es sich zum größten Festival für afrikanische Musik und Kultur in Europa. Seit Beginn, traten bis heute über 6.000 Künstler und Musiker, aus 56 Ländern Afrikas auf. Der Mega-Event findet in Würzburg auf den Tolavera-Mainwiesen statt. Das Africa Festival in Würzburg, zählt seit dem ersten Event, zwei Millionen Besucher. Daraus ergibt sich eine jährliche Besucherzahl von mehr als 100.000.

Die Veranstaltung findet in Zelten und unter freiem Himmel statt. Wie das Festival in Aschaffenburg, gliedert sich das Original in Weltbasar, Informationsstände, Kinderprogramm, Ausstellungen, Konzerte auf verschiedenen Bühnen, Essensstände, Cocktaibar und ein Rahmenprogramm. Weiterhin finden Abendkonzerte von afrikanischen Stars statt. Die Autorin merkt hier an, dass der Besuch des Festivals nicht zwingend

⁴⁹ vgl. Abbildung 5

⁵⁰ Internetquelle: karibik-festival.de

mit einem Konzertbesuch verbunden ist. Da sie Abendkonzerte in einem Zelt mit separatem Eingang stattfinden, kann der Veranstalter die beiden Bereiche, durch verschiedene Eintrittskarten, klar voneinander trennen. Auf der anderen Seite können Besitzer einer Abendkonzertkarte das Festivalgelände besuchen, ohne einen Aufpreis zahlen zu müssen. Außerdem findet jedes Jahr eine eigene Preisverleihung statt. Im Laufe der Jahre entwickelten die Veranstalter den Africa Festival Award. Er wurde zur Ehrung von afrikanischen Sängern und Künstlern, mit besonderem Talent, und Institutionen und Privatpersonen, die sich besonders für Afrika engagieren, entworfen.

Das Africa Festival Würzburg hat eine Dauer von vier Tagen. Die Veranstalter sind der Afro Projekt e. V. und die Stadt Würzburg. Sie legen den Event jedes Jahr in Zusammenarbeit, mit dem Bayerischen Staatsministerium für Wissenschaft, Forschung und Kunst und der Würzburger Versorgungs- und Verkehrs GmbH aus. Weitere Unterstützung erhalten sie durch die Medienpartner arte, dem bayerischen Rundfunk, der Tageszeitung (TAZ) und der Main-Post.

4.5.2 Auswirkungen

Die Stadt Würzburg liegt in Franken und erreichte laut Statistik, 838.827 Gästeübernachtungen im Jahr 2013.⁵¹ Damit führt die Stadt, die Rankingliste der beliebtesten bayerischen Destinationen an. Von diesen 839.000 Übernachtungen, haben 12.205 touristische Übernachtungen aufgrund des Kulturangebotes und der Weinfeste stattgefunden.⁵² Diese Aussage wird durch das Bayerische Statistikamt unterstützt. Die Auswertung der Aufenthaltsdauer ergab einen durchschnittlichen Reiseaufenthalt von zwei bis drei Tagen am Untermain.⁵³

Weiterhin wirkt sich das Festival auch auf die Arbeitslosenquote in Würzburg aus. Laut Bayerischen Statistikamt, sanken die Arbeitslosenquoten im Juni 2011 von 4,8 auf 4,6 Prozent. Die Autorin spricht dem Event einen Teil der positiven Veränderung zu. In den darauffolgenden Jahren ist keine Veränderung im Juni zum Vormonat ersichtlich. Es muss jedoch angemerkt werden, dass die Quote im Jahr 2012 im Juni niedriger ist als im Juli. Dies kann auch ein Hinweis dafür sein, dass während des Veranstaltungszeitraumes, Einheimische für das Festival gearbeitet haben. Weiterhin macht die Verfasserin auf das Hochwasser am Main 2013 aufmerksam. Die Veranstaltung musste

⁵¹ siehe Abbildung 6

⁵² vgl. Oettinger, Peter; Tourismusdirektor Würzburg

⁵³ vgl. bayerisches Statistikamt, Statistik: Aufenthaltsdauer im 1. Halbjahr 2014

abgebrochen und das Gelände geräumt werden. Dadurch kann der Event in diesem Jahr nicht bewertet werden.

23. Fremdenverkehr seit 2008

Merkmal	Fremdenverkehr					
	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Beherbergungsbetriebe mit neun oder mehr Gästebetten¹⁾						
Geöffnete Beherbergungsbetriebe im Juni	59	59	57	52	53	55
Angebotene Gästebetten im Juni	4 412	4 318	4 225	4 156	4 144	4 680
Gästeankünfte	437 331	418 708	444 074	453 956	478 543	525 370
dav. von Gästen aus dem Inland	353 870	342 109	358 763	363 689	382 496	421 478
von Gästen aus dem Ausland	83 461	76 599	85 311	90 267	96 047	103 892
Gästeübernachtungen	696 024	677 623	701 984	719 452	772 028	838 827
dav. von Gästen aus dem Inland	563 361	561 249	573 324	582 883	619 907	681 150
von Gästen aus dem Ausland	132 663	116 374	128 660	136 569	152 121	157 677
Durchschnittliche Aufenthaltsdauer in Tagen	1,6	1,6	1,6	1,6	1,6	1,6
hiervon von Gästen aus dem Inland	1,6	1,6	1,6	1,6	1,6	1,6
von Gästen aus dem Ausland	1,6	1,5	1,5	1,5	1,6	1,5
Beherbergungsbetriebe mit weniger als neun Gästebetten in Prädikatsgemeinden^{2),3)}						
Gästeankünfte	—	—	—	—	•	—
Gästeübernachtungen	—	—	—	—	•	—
Durchschnittliche Aufenthaltsdauer in Tagen	—	—	—	—	•	—

¹⁾ Ab 2006 einschl. Campingplätze. - ²⁾ Einschließlich Privatquartiere.

³⁾ Mineral- und Moorbäder, Heilklimatische Kurorte, Kneippheilbäder, Kneippkurorte, Luftkurorte und Erholungsorte.

⁴⁾ Ab 2012 zehn Gästebetten bzw. zehn Stellplätze bei Campingplätzen.

Abbildung 6: Gästeübernachtungen 2008 - 2013, Würzburg

5 Analyse

5.1 Auswirkungen des AKF auf die Stadt Aschaffenburg

5.1.1 Ökonomische Wirkungen

Im Allgemeinen ist der Tourismus der Bereich, der den größten Nutzen aus Kulturveranstaltungen zieht. Besonders das öffentliche Interesse verbessert die Position einer touristischen Destination im Wettbewerb mit anderen Reisezielen. Die Autorin berücksichtigt auch hier, dass ein reibungsloser Ablauf der Veranstaltung und positive Presse zu einem großen öffentlichen Interesse mitwirken. Es handelt sich um eine Schlussfolgerung, die sich aus der Verbindung, des Afrika-Karibik-Festivals mit der Stadt Aschaffenburg, in den Köpfen der Besucher ergibt. Im Gastgewerbe und Einzelhandel stellte die Verfasserin zunächst fest, dass eine positive Entwicklung zu verzeichnen war. Dabei stützte sie sich auf Aussagen umliegender Hoteliers. Für den Hotelbesitzer Peter Gemeinhardt war das Fest ein Glücksfall und sorgte jährlich für viele Buchungen unter anderem im Hotel „Wilder Mann“, „Goldener Karpfen“ und dem „Klingerhof“. Er zählt während des viertägigen Festivals 700 bis 800 Übernachtungen.⁵⁴ Die Online-Buchung für den Zeitraum des Festivals 2015, war im Januar schon nicht mehr möglich. Im Widerspruch zu der Aussage von Herrn Gemeinhardt stehen die Daten des Bayerischen Landesamtes für Statistik. Durch die nachfolgenden Grafiken lässt sich erkennen, dass ein Anstieg der Übernachtungen in der Stadt nicht nachgewiesen werden kann. Die Gästeübernachtungen in Aschaffenburg sind im August nicht höher als in den Monaten davor und danach. Gegenüber Juli und September, sinkt die Bettenauslastung im August.⁵⁵

⁵⁴ Internetquelle: main-netz.de

⁵⁵ Vgl. Abbildung 7 und 8

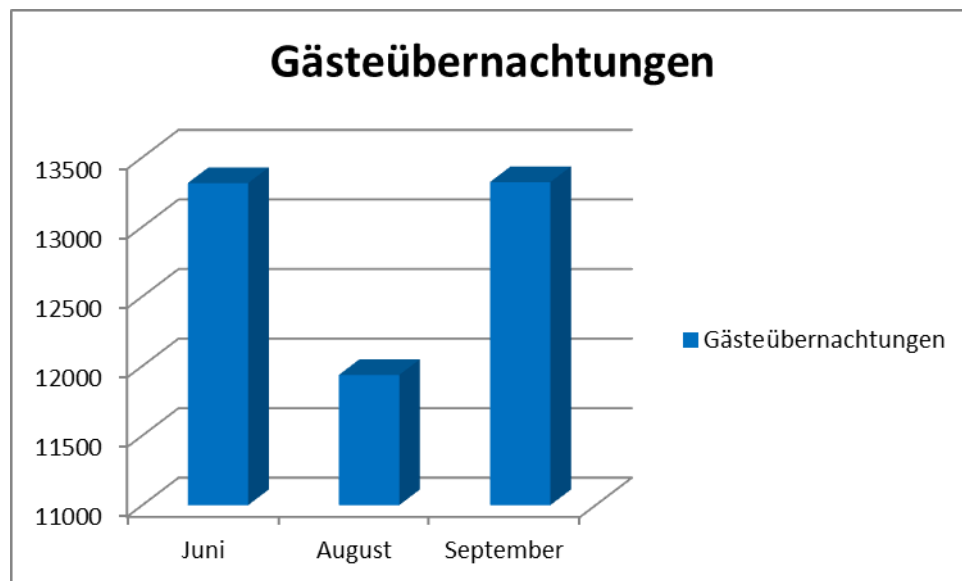


Abbildung 7: Gästeübernachtungen in Aschaffenburg 2006

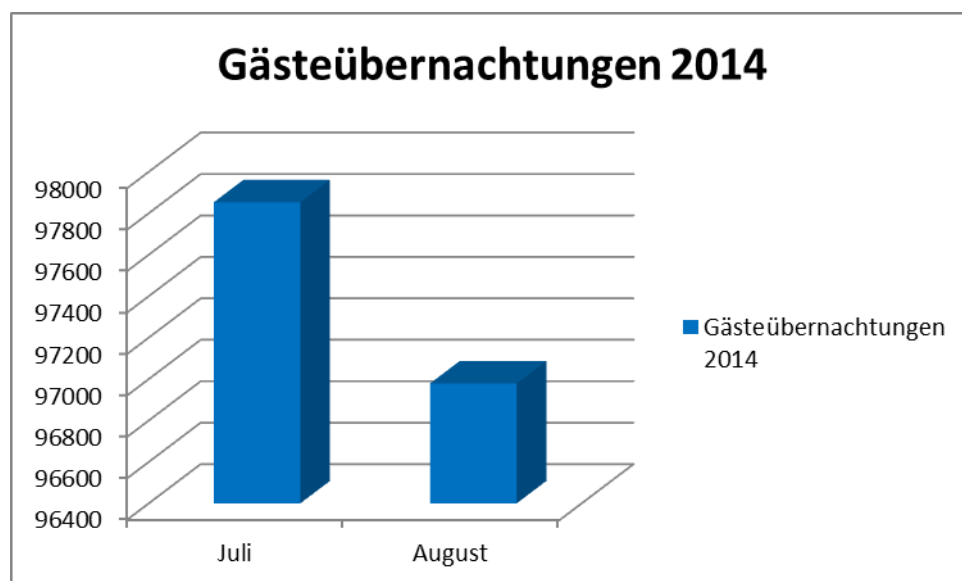


Abbildung 8: Gästeübernachtungen in Aschaffenburg 2014

Auch in der umliegenden Gastronomie kann kein Besucheraufschwung verzeichnet werden. Laut Elisabeth Maidhof, ist das Fest für das Café Schwarzer Riese, kein Ge-

winn.⁵⁶ Ebenfalls, sei das Gegenteil der Fall. Stammgäste, die sonst zum ausgiebigen Frühstück kommen, geben ihr Geld vorzugsweise auf dem Festivalgelände aus. Auch Biergärten profitieren laut Mike Wissel, Besitzer des Hofgartens, nicht vom Event. Die Besucher geben ihr Geld auf dem Gelände an den Ständen aus und bemühen sich nicht die Gastronomiestätten in der Umgebung oder Innenstadt aufzusuchen.

Der Veranstalter, in diesem Fall die AB Event & Marketing GmbH, wird vom letztendlichen Gewinn beeinflusst. Viele Besucher führen zu hohen Einnahmen. Durch hohe Einnahmen und Sponsorengelder findet zunächst eine Kostendeckung statt. Der übrig gebliebene Geldüberschuss stellt den Gewinn der Veranstalter da. Wie im dritten Kapitel schon erwähnt wurde, generiert das Unternehmen jedes Jahr einen Spendenbetrag aus dem Überschuss. Die Autorin leitet daraus ab, dass hohe Einnahmen und ein optimaler Veranstaltungsablauf wesentlich zur Wirtschaftlichkeit des Unternehmens beitragen. Weiterhin betrachtete die Verfasserin den Verein „One Race Human“. Die Spendensumme aus dem Jahr 2012 in Höhe von 10.000 Euro zeigt deutlich, dass der Verein seine Ziele erreicht hat und Gelder an Hilfsorganisationen übergeben konnte.

Weitere Untersuchungen zeigen, dass auch die öffentliche Verwaltung indirekt vom AKF betroffen ist. Durch den Alkoholmissbrauch oder Auseinandersetzungen kommt es im Zeitraum des Festivals ebenfalls zu vermehrten Polizeieinsätzen. Diese Einsätze müssen bezahlt werden. Ebenso führen die hohen Besucherzahlen zu einer hohen Müllproduktion. Durch die vermehrte Nutzung von öffentlichen Verkehrsmitteln, zählt die Autorin auch die Leerung von Mülltonnen an Bushaltestellen und auf den Zulaufwegen zu.

Theoretische Denkansätze ordnen eine Musikveranstaltung wie das Afrika-Karibik-Festival, als kurzfristigen Arbeitgeber ein. Die Verfasserin dieser Arbeit stellte durch die Messung der Wirkung auf dem Arbeitsmarkt fest, dass kurzfristige Arbeitsplätze nicht zur Senkung der Arbeitslosenquote in dem Veranstaltungszeitraum beitragen. Dieses Ergebnis stützt die These von Judit Draskovits. „In den meisten Fällen besteht kein konkreter wirtschaftlicher Nutzen für die Bevölkerung.“ Ein Grund dafür ist laut Autorin, dass die Arbeitsplätze im Rahmen des AKF durch jahrelange Zusammenarbeit, schon fest vergeben werden. Die beauftragten Unternehmen sind mit genügend Mitarbeitern besetzt. Die Besetzung der Stellen mit freiwilligen und ehrenamtlichen Arbeitern, wie Mitglieder des Partnervereins, wirken ebenfalls gegen eine kurzfristige Senkung der Arbeitslosenquote in Aschaffenburg. Die Autorin merkt jedoch an, dass die Arbeitslo-

⁵⁶ Internetquelle: main-netz.de

senquote im Juli und September, niedriger ist als im Veranstaltungsmonat August. Durch die Statistik der Bundesagentur für Arbeit der Stadt wird dies ersichtlich.⁵⁷ Diese Ergebnisse werfen folgende Überlegung auf: Die Auf- und Abbauarbeiten werden mit Aushilfen und Kurzarbeitern besetzt. Die Arbeit während des Festivals wird an Profis vergeben. Außerdem planen die Veranstalter und Partner, die Mitarbeiter mit jahrelanger Erfahrung ein.



Abbildung 9: Arbeitslosenquote in Aschaffenburg 2014

Ökonomische Vorteile ergeben sich für die Kommunikationsunternehmen. Der regionale Medien- und Werbemarkt kann durch Aufträge durch den Veranstalter profitieren. Die beiden Märkte bedingen sich gegenseitig denn, Werbung wird über Medien ausgestrahlt und die Medienunternehmen finanzieren sich größtenteils durch Werbeaufträge. Für Werbung und Design der Homepage ist in Bezug auf das Afrika-Festival die Design & Werbeagentur SchleeGleixner GmbH beauftragt. Außerdem ist der Veranstalter selbst eine Event- und Werbeagentur und übernimmt einige Werbeaufgaben selbst. Weiterhin profitieren die Medienpartner, wie Antenne Bayern, das Aschaffener Stadtmagazin, der Bayerische Rundfunk, das Funkhaus Aschaffenburg und das Main-Echo, von den Werbeschaltungen des Festivals.⁵⁸ Aus den Aufträgen zur Schaltung von Radiospots und Zeitungsanzeigen ergeben sich wirtschaftliche Vorteile für die be-

⁵⁷ Vgl. Abbildung 9

⁵⁸ Internetquelle: karibik-festival.de

auftragten Unternehmen. Diese drücken sich in Geldwerten aus, die sich aus der Geschäftsbeziehung ergeben.

5.1.2 Ökologische Wirkungen

Aus jeder Großveranstaltung, unabhängig davon, ob diese in Gebäuden, im Freien, innerhalb einer Siedlungsfläche oder in unbekanntem Gebiet stattfindet, ergeben sich ökologische Folgen.⁵⁹ Die Verfasserin überträgt dies auf den Event und unterscheidet in drei Belastungsbereiche. Eine Kategorie stellt die Umweltverschmutzung dar. Neben hohen Abfallmengen durch eine große Besucheranzahl, kommt es auch zu einer erhöhten Schadstoffemission durch die Anreise mit PKWs. Durch ein Pfandsystem der Cocktailbar und Getränkestände, wirkte der Veranstalter ersterem entgegen. Veranstaltungsgäste, die zu Fuß unterwegs waren, trugen einen großen Teil zur Umweltverschmutzung bei. Glasflaschen und Verpackungsmüll wurden häufig an den Wegrändern und Wiesen, sowie im Main entsorgt.

Die vorangegangene Vorstellung des Festivals beschäftigt sich unter anderem mit dem musikalischen Programm. Aufgrund der ganztägigen Musik Auftritte lag eine hohe Lärmbelastung vor. Lokale und Anwohner auf der gegenüberliegenden Mainseite waren der Musik ausgesetzt. Grundsätzlich ist jede Phase der Veranstaltung mit Krach verbunden. Durch den Aufbau der Bühne und die Anfahrten der Lieferanten herrscht reges Treiben. Zuletzt schreibt die Autorin den Besuchern einen hohen Beitrag zur Lärmbelastung zu. Auf der An- und Abreise sorgten Fußgänger, durch lautstarke Unterhaltungen und Autos, durch den Fahrtlärm für eine Geräuschbelastung.⁶⁰

5.1.3 Soziale Wirkungen

Der soziale Aspekt wird von der Autorin besonders wichtig eingestuft. Das Forschungsergebnis stützt sie auf das Veranstaltungsthema. Ein weiterer Beleg dafür sind die Ziele des Festivals. Das soziale Miteinander zwischen verschiedenen Kulturen wurde gefördert. Die Gesellschaft sollte Vorurteile ablegen und kulturelle Werte gestärkt werden.⁶¹ Eine weitere Deutung von Drakovits, lässt annehmen, dass die freiwilligen Helfer und Mitarbeiter des Festivals, ihre Fähigkeiten ausbauen. Das Festival stellt in diesem Fall den Arbeitsplatz dar. Aufgaben waren unter anderem das Informie-

⁵⁹ Vgl. Drakovits, Judith: Fachbereichsarbeit aus Geographie und Wirtschaftskunde, 2007

⁶⁰ Internetquelle: www.main-netz.de

⁶¹ Vgl. Abschnitt 3.4.1

ren von Menschen, Verkaufsgespräche, Bedienung und Unterhaltung. Die Gesamtheit der Anforderungen führte zum Ausbau der Sozial-, sowie Fachkompetenzen.

Neben den positiven Auswirkungen, führt die Autorin auch negative an. Ergebnisse zeigen, dass eine Konsequenz ein Anstieg der Kriminalitätsbereitschaft ist. Durch Alkoholmissbrauch kam es auch in Aschaffenburg auf dem Afrika-Festival zu Vandalismus Vorfällen.⁶²

	Kurzfristige touristische Effekte	Langfristige touristische Effekte
Angebot	Negativ -Konflikte mit Stammgästen im Hotel Wilder Mann (ausgebuchtes Hotel) Positiv -zusätzliche Buslinien zum Festplatz, vor allem vom ausgelagerten Zeltplatz aus -Hotel Wilder Mann reserviert jedes Jahr ein fest eingeplantes Kontingent zur Veranstaltungszeit -Hotel Wilder Mann kann seine Zimmer besser vermarkten	
Nachfrage	Negativ -Stammgäste bleiben aus (Café Schwarzer Riese) Positiv -großes Interesse der Medien -hoher Gesamtumsatz -Zuschauer werden potenzielle Nachfrager	Negativ -erste Stimmen werden laut, dass Festival zu teuer sei (kann sich durch Besucher auf Image der Stadt auswirken)

Abbildung 10: Einstufung touristische Auswirkungen des Afrika-Karibik-Festivals

Abschließend stufte die Autorin, die erläuterten Auswirkungen in lang- und kurzfristige touristische Effekte ein. Sie kam zu dem Ergebnis, dass die Ausbuchung des Hotels Wilder Mann einen Konflikt mit den Stammgästen darstellt. Da Online-Buchungen für das Festivalwochenende bereits im Januar nicht mehr möglich waren, mussten sich auch die Stammgäste eine andere Unterkunft suchen. Dieser Effekt stellt eine kurzfristige Veränderung des Angebots dar. Ebenfalls negative Effekte, ergaben sich in Bezug auf die Nachfrage. Das Resultat waren ausbleibende Stammgäste im Café Schwarzer

⁶² Internetquelle: www.main-netz.de

Riese. Weiterhin wurden, aufgrund der hohen Eintrittspreise, erste Beschwerden von Bürgern und Besuchern abgegeben. Wirkt man dem nicht entgegen, so könnte es zu einem negativen Einfluss auf das Stadtimage kommen.

Ein kurzfristiger positiver Effekt, ergab sich aus den zusätzlichen Buslinien zum Festplatz. Davon profitierten vor allem die Nutzer des ausgelagerten Zeltplatzes. Bezogen auf den Beherbergungsbetrieb Wilder Mann, kam die Autorin zu dem Ergebnis, dass sich das Angebot positiv entwickelte. Durch eine Bereitstellung eines Zimmerkontingentes, während der Veranstaltung, trug der Hotelier zu einer kurzfristigen Verbesserung bei. Außerdem stieg die generelle Vermarktungschance für die anderen Hotels in seinem Besitz. Er ist aufgrund der Partnerstellung zum Event, erste Anlaufstelle für Besucher und konnte dadurch seine anderen Betten auslasten. Zuletzt ergaben die Untersuchungen, ein großes Interesse der lokalen Medien Aschaffenburgs. Außerdem schließt die Autorin nicht aus, dass ein hoher Gesamtumsatz durch die Nachfrage erzielt wurde.

5.2 Vergleich

Die Feststellung des tatsächlichen Nutzens, für den städtischen Tourismus geht aus folgendem Vergleich hervor.

	Afrika-Karibik-Festival Aschaffenburg	Africa Festival Würzburg
Dauer	4 Tage	4 Tage
Thema	Afrikanische Kultur und Musik	Afrikanische, karibische Kultur und Musik
Besucherzahlen	50.000 – 60.000	Über 100.000
Veranstaltungsort	Volksfestplatz am Main Aschaffenburg	Tolavera-Mainwiesen Würzburg
Veranstalter	ab event&marketing one race...human e. V.	Afro Projekt e. V. Stadt Würzburg
Künstler	Musiker aus Afrika	Weltstars und Newcomer aus der ganzen Welt (hauptsächlich aus Deutschland)
Partner	Festival Guide, Radeberger, Stylefile, VR Bank Alzenau, Neckermann, HR3, Deutsche Bahn, Hotel Wilder Mann	Bayerischen Staatsministerium für Wissenschaft, Forschung und Kunst, Würzburger Versorgungs- und Verkehrs GmbH, arte, bayerischer Rundfunk, Tageszeitung (TAZ) Main-Post
Preispolitik	4-Tages-Ticket = 55 Euro Tageskarte Do. = 15 Euro Tageskarte Fr. = 30 Euro Tageskarte Sa. = 23 Euro Zeltplatz: 12 Euro p. P.	4-Tages-Ticket = 108,90 Euro (inkl. Festivalgelände) Konzertkarten = je 35,20 Euro pro Abend (inkl. Festivalgelände) Festivalgelände = 8,00 Euro Zeltplatz: 10 Euro p. Fahrzeug 5 Euro p. Zelt 20 Euro p. Person (Anreise Mi – Fr) 15 Euro p. P. (Anreise Sa – So)

Abbildung 11: Vergleich der Merkmale

Um mögliche Verbesserungsmöglichkeiten aufzuzeigen, zeigt die Autorin zunächst die Unterschiede und Parallelen, der zu vergleichenden Veranstaltungen auf.⁶³ Die unterschiedlichen Merkmale des Afrika-Karibik-Festivals Aschaffenburg und des Africa Festivals Würzburg, sind aus der vorstehenden Grafik ersichtlich. Die Veranstaltungen

⁶³ Vgl. Abbildung 11

weisen in der Dauer und dem Thema Gemeinsamkeiten auf. Die afrikanische Kultur steht bei beiden Events im Mittelpunkt. Außerdem fanden beide Veranstaltungen im Freien, am Main statt. Erste Unterschiede zeigen sich in den Besucherzahlen. Während das Afrika-Karibik-Festival fünfzig bis sechzig Tausend Besucher zählt, stellt das Africa Festival jedes Jahr über 100.000 Besucher fest. Sie unterscheiden sich insoweit, dass die Stadt Würzburg Mitveranstalter ist. Das Festival in Aschaffenburg wird von einem privaten Unternehmen und einem Verein ausgerichtet. Die Musik unterscheidet sich in verschiedenen Punkten. Während die afrikanischen Musiker und Künstler in Würzburg im Fokus stehen, besteht das Konzertprogramm in Aschaffenburg aus internationalen Superstars und Newcomern. Weiterhin ist ersichtlich, dass die Partner des AKF private Unternehmen und regionale Medienträger sind. Die Förderer in Würzburg sind hauptsächlich öffentliche Einrichtungen, wie das Bayerische Staatsministerium, oder der Bayerische Rundfunk. Die größte Differenz zeigt sich in der Preispolitik. Eine Dauerkarte kostet in Würzburg über hundert Euro, während in Aschaffenburg lediglich fünfundfünfzig Euro veranschlagt werden. Diesen Unterschied besteht aufgrund der Konzeption. Die Konzertauftritte auf dem Africa Festival in Würzburg, sind vom Festivalgelände unabhängig. Besucher, die ein Abendkonzert besuchen wollen, müssen den Eintritt dafür zahlen. Damit auch Niedrigverdiener am Festival teilnehmen können, werden die Kosten für die Einreise und die Gage, nicht auf alle potenziellen Besucher verteilt. In Aschaffenburg wird der Aufwand aus Gage und Unterkunft, sowie Verpflegung der Musiker und Künstler, auf alle Besucher verteilt. Die Bühne kann nicht separat betreten werden. Dadurch ist eine Abgrenzung von Basar- und Konzertbesuchern nicht möglich.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass das Afrika-Karibik-Festival keinerlei langfristige touristische Effekte, auf die Stadt Aschaffenburg hat. Der Event trägt nicht unbedingt zum touristischen Wert der Stadt bei. Es gibt zwei bis drei Hotels, die eine höhere Bettenauslastung feststellten. Der Besitzer dieser, ist jedoch auch Partner der Veranstaltung. Umliegende Gaststätten, und Unterkünfte können keinen kurzfristigen oder langfristigen Nachfrageanstieg verzeichnen. Es stellte sich die Frage, ob das am ausgebauten Campingangebot des Veranstalters liegt. Denn die Plätze der Zeltmöglichkeiten, wurden von ursprünglich zwei, auf drei ausgeweitet. Ein weiteres Resultat der Analyse sind erste negative Reaktionen auf die Eintrittspreise. Daraus lässt schließen, dass weitere Preissteigerungen zu einem Rückgang der Besucherzahlen führen. Von weitergehendem Interesse ist deshalb erstens, aus welchem Interesse heraus die Veranstalter handelten. Zweitens, ob die Veranstaltung durch Konzeptoptimierungen, als touristischer Event nutzen könnte. Der Vergleich mit dem originalen „Africa Festival“ in Würzburg zeigt ebenfalls, dass das Gegenteil der Fall sein kann. Durch die Unterstützung der Stadt Würzburg und anderen öffentlichen Institutionen profitieren alle Teilnehmer. Die Veranstalter, die Tourismusindustrie, die Besucher und viele mehr.

6 Fazit und Ausblick

6.1 Fazit

In der Einleitung dieser Bachelorarbeit wies die Autorin darauf hin, warum Events ein Thema im Tourismus sind. Aufgrund des aktuellen Trends zu Event-Reisen, wird es für Destinationen stets wichtiger potenziellen Eventtouristen, ein attraktives Angebot zu bieten. Doch wie sieht es mit den touristischen Auswirkungen bestehender Veranstaltungen aus?

Eine Zielsetzung der Arbeit war, einen Überblick über theoretische Grundlagen zum Thema zu geben. Dazu erfolgte zunächst die Definition des Städte- und Kulturtourismus, sowie des Eventtourismus und des Städtemarketings. Die Autorin erläuterte die Merkmale und Effekte vom touristischen Event. Außerdem wurden die geschichtlichen Hintergründe dargelegt.

Ein weiteres Ziel stellte die theoretische touristische Bedeutung von Events für eine Destination dar. Um auch hier eine Grundlage für die spätere Analyse zu geben, wurden die ökologischen, ökonomischen und sozialen Auswirkungen von Veranstaltungen, sowie die lang- und kurzfristigen Effekte erläutert.

Neben diesen Zielen, sollten die theoretischen Daten auf das Afrika-Karibik-Festival übertragen werden, um die Auswirkungen zu veranschaulichen.

Daraus leitet sich auch das Hauptziel der Arbeit, die touristische Bedeutung des Afrika-Karibik-Festivals auf die Stadt Aschaffenburg, ab. Dies erfolgte anhand der vorangegangenen Untersuchungen und durch den Vergleich der Merkmale des Aschaffener Festivals, mit dem Africa Festival in Würzburg.

In der vorliegenden Arbeit kann keine endgültige Antwort auf die touristischen Auswirkungen vom Afrika-Karibik-Festival auf Aschaffenburg gegeben werden. Das liegt zum einen daran, dass keine monetären Aussagen getroffen werden konnten. Zum anderen an der Methodik der Analyse. Unkonkrete monetäre Daten ließen keine genauere Analyse zu. Somit musste die Autorin hauptsächlich auf mediale Artikel zurückgreifen. Lediglich die Arbeitslosenzahlen und Gästeübernachtungen konnten in Zahlenwerten angegeben werden. An dieser Stelle empfiehlt sich eine weitere Untersuchung der Gesamtumsätze und anderen monetären Größen.

Um sich als touristischer Event etablieren zu können, muss der Veranstalter enger mit den regionalen und überregionalen Tourismusunternehmen zusammenarbeiten. Da

das AKF stark dem „Africa Festival“ ähnelt, könnte auch in diesem Fall nochmals abgeschaut werden. Die Autorin vertritt die Meinung, dass eine engere Zusammenarbeit mit Stadt und öffentlichen Institutionen angestrebt werden sollte.

6.2 Ausblick

Wie bereits erwähnt, geht mit dem steigenden Konkurrenzkampf im Tourismus-Wettbewerb, der Trend zur Inszenierung von Events oder die Aufbereitung natürlicher Events einher. Der Eventtourismus stellt einen wichtigen Wirtschaftsfaktor dar und der Trend scheint erst begonnen zu haben.

Aus diesem Grund sollte der Veranstalter die Preispolitik überdenken und die Resonanzen der Besucher im Auge behalten. Nimmt der Veranstalter einige Veränderungen vor, könnte das Afrika-Karibik-Festival, schon bald Grund für einen Kurztrip nach Aschaffenburg sein.

Aus diesem Grund wäre es sehr interessant, die künftigen Entwicklungen des Festivals und der Tourismusindustrie in Aschaffenburg zu beobachten.

Literaturverzeichnis

Städtetourismus in Barcelona und Madrid unter besonderer Berücksichtigung der deutschen Reisenden, Wenige, Christina Oliver, 2004

Kulturtourismus – eine zukunftssträchtige Entwicklungsstrategie für den Saar-Mosel-Ardennenraum in :Perspektiven des Tourismus im Zentrum Europas, 1992, S.21

Gabler Wirtschaftslexikon, Prof. Dr. Frietzsche, Ursula

Tourismus-Marketing und Fremdenverkehrsplanung, Hrsg. Klupar, Claude; Haedrich, Günther; Klemm, Kristiane; Kreilkamp, Edgar; 1986

Patterson W. Der internationale Fremdenverkehrsmarkt in Revolution; in: Fremdenverkehr im Wandel, Berner Studien zum Fremden, Heft 12, 1974: S. 14

Kulturtourismus zu Beginn des 21. Jahrhunderts, Hrsg. Quack, Heiz-Dieter; Klemm, Christian; 2013

Kultur/Städte/Tourismus, Hrsg. Bachleitner, Reinhardt; Kagelmann, Jürgen, Band 11

Fachbereichsarbeit aus Geographie und Wirtschaftskunde, Draskovits, Judith; 2007

Internetquellen:

www.web-tourismus.de
www.eifeler-Presse-agentur.de
www.augsburger-allgemeine.de
www.myBamberg.de
www.abendblatt.de
www.rhein-zeitung.de
www.nordbayern.de
www.wikipedia.de
www.karibik-festival.de
www.africafestival.org
www.destatis.de
www.tirp-advisor.de

Anlagen

Arbeitslosenquote Würzburg:

2011	Januar	Februar	März	April	Mai	Juni	Juli	August	September	Oktober	November	Dezember
Stadt Würzburg	5,7	5,6	5,3	5,2	4,8	4,6	4,7	5,0	4,7	4,4	4,4	4,4
Landkreis Würzburg	3,6	3,4	3,2	2,9	2,7	2,6	2,7	2,9	2,7	2,6	2,4	2,5
Bayern	4,8	4,6	4,3	3,9	3,6	3,5	3,5	3,7	3,4	3,3	3,3	3,4
Deutschland	7,9	7,9	7,6	7,3	7,0	6,9	7,0	7,0	6,6	6,5	6,4	6,6

2012	Januar	Februar	März	April	Mai	Juni	Juli	August	September	Oktober	November	Dezember
Stadt Würzburg	5,0	5,0	4,9	5,0	4,6	4,6	4,8	5,3	5,0	4,7	4,6	4,5
Landkreis Würzburg	2,9	3,0	2,9	2,7	2,6	2,5	2,7	2,9	2,7	2,5	2,6	2,7
Bayern	4,2	4,2	4,0	3,7	3,5	3,4	3,4	3,7	3,5	3,4	3,4	3,6
Deutschland	7,3	7,4	7,2	7,0	6,7	6,6	6,8	6,8	6,5	6,5	6,5	6,7

2013	Januar	Februar	März	April	Mai	Juni	Juli	August	September	Oktober	November	Dezember
Stadt Würzburg	5,0	5,0	4,9	4,9	4,7	4,7	4,7	5,0	4,8	4,5	4,5	4,6
Landkreis Würzburg	3,1	3,1	3,0	2,8	2,7	2,7	2,7	2,9	2,8	2,9	2,6	2,7
Bayern	4,4	4,4	4,2	3,9	3,7	3,6	3,6	3,8	3,6	3,5	3,5	3,7
Deutschland	7,4	7,4	7,3	7,1	6,8	6,6	6,8	6,8	6,6	6,5	6,5	6,7

Eigenständigkeitserklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und nur unter Verwendung der angegebenen Literatur und Hilfsmittel angefertigt habe. Stellen, die wörtlich oder sinngemäß aus Quellen entnommen wurden, sind als solche kenntlich gemacht. Diese Arbeit wurde in gleicher oder ähnlicher Form noch keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt.

Ort, Datum

Vorname Nachname